RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté Égalité Fraternité

Université de Toulouse

Doctorat de l'Université de Toulouse

préparé à l'Université Toulouse - Jean Jaurès

L'hôtesse de l'air "à notre service", Air France et la fabrique de la féminité moderne (1946-1991)

Thèse présentée et soutenue, le 26 septembre 2025 par

Tom DUFOUR

École doctorale
TESC - Temps, Espaces, Sociétés, Cultures

Spécialité
Histoire

Unité de recherche
FRAMESPA- France, Amériques, Espagne-Sociétés, pouvoirs, acteurs

Thèse dirigée par
Jean-Marc OLIVIER et Sylvie CHAPERON

Composition du jury
Mme Nathalie LAPEYRE, Présidente, Université Toulouse - Jean Jaurès
Mme Emmanuelle RETAILLAUD, Rapporteure, Sciences Po Lyon
M. Guillaume DE SYON, Rapporteur, Albright College
M. Louis-Marie BARNIER, Examinateur, Aix-Marseille Université
M. Jean-Marc OLIVIER, Directeur de thèse, Université Toulouse - Jean Jaurès
Mme Sylvie CHAPERON, Co-directrice de thèse, Université Toulouse - Jean Jaurès

L'HÔTESSE DE L'AIR « *À NOTRE SERVICE* »

AIR FRANCE ET LA FABRIQUE DE LA FÉMINITÉ MODERNE (1946 – 1991)

REMERCIEMENTS

Je remercie Sylvie Chaperon et Jean-Marc Olivier d'avoir accepté la codirection de cette thèse et de m'avoir suivi tout au long de ce processus.

Je remercie toutes les hôtesses et les stewards qui ont accepté de m'ouvrir leur porte, de m'offrir un café et de témoigner devant un microphone. Merci particulièrement à Aude, Chantal, Corinne, Danielle, Jean-Jacques, Marie-Noëlle, Martine, Marylène et Pierre.

Merci au bon accueil qui m'a été fait au SNPNC, particulièrement par Carol.

Merci à Harold Judick et Valérie Graff pour l'ouverture des fonds d'Air France. Merci à Valérie pour les repas offerts et la visite guidée du siège social.

Merci à Germaine Chicaya des Archives nationales de Pierrefitte-sur-Seine pour son sympathique soutien à distance. Je me rappelle que l'histoire n'est rien sans l'archive et je lui souhaite une excellente retraite.

Merci à Florence, Jules, Mams, Mattéo, Maz, Toto, Typhaine, Vincent et Zoé pour leur relecture. À charge de revanche.

Ce travail réflexif n'aurait pas été possible sans toutes ces personnes qui ont donné de leur temps, toujours avec pédagogie, parfois dans la douleur, pour attirer mon regard vers les mécanismes de la domination masculine. Merci plus précisément à Aim, Toño et à Moumine.

L'écriture de cette thèse doit énormément à Mónica. Sa qualité d'analyse critique et sa constante vigilance féministe ont toujours servi à me rappeler que j'étais un homme et qu'un homme pense avant tout à lui, à des moments où jamais je n'aurais pu m'en souvenir seul. Merci surtout de m'avoir accompagné au quotidien avec amour et attentions.

À la mémoire de Moumine, ma grand-mère

RÉSUMÉ

L'hôtesse de l'air est une figure culturelle à laquelle sont associés de nombreux stéréotypes de genre. Embauchées par Air France à partir de 1946, les femmes navigantes sont médiatisées sous le prisme de la modernité et de l'innovation. Leur féminité est utilisée pour désamorcer les inquiétudes que suscite un moyen de transport encore méconnu du grand public. La compagnie aérienne lui attribue une fonction de représentativité commerciale et d'ambassadrice nationale. L'hôtesse s'impose rapidement comme une égérie publicitaire du secteur aérien, afin de fidéliser une clientèle internationale. En se façonnant une image de marque prestigieuse associée au luxe, Air France accorde une grande importance au service à bord. À la fin du XX^{ème} siècle, l'hôtesse de l'air fait partie du paysage contemporain et beaucoup de fantasmes érotiques circulent à son sujet. Entre 1945 et 1990, elle concentre les attributs d'une féminité hyperbolique, dont l'étude se situe au carrefour de l'histoire économique, de l'histoire culturelle et de l'histoire du genre. Au-delà de son existence médiatique, l'hôtesse de l'air intègre une profession neuve dont les cadres légaux sont très peu définis. Loin d'être acquise, leur reconnaissance professionnelle passe par la valorisation des gestes de sécurité, propres au statut de navigant. En charge de leur sélection, de leur formation et de l'élaboration de leurs missions, l'encadrement d'Air France exige des performances de genre spécifiques. La mission de service qui incombe aux hôtesses se fabrique dans un environnement fortement masculinisé. L'histoire sociale des hôtesses d'Air France permet d'envisager comment s'élaborent les scripts d'une féminité accentuée depuis le monde du travail, au regard des liens privilégiés qu'elle entretient à la masculinité hégémonique. Elle devient un symbole de la modernité, que cette thèse tente d'analyser dans sa dimension genrée.

Mots clés : Hôtesse de l'air ; Féminité ; Masculinité ; Histoire sociale ; Histoire du genre ; Air France

ABSTRACT

The stewardess is a cultural figure associated with numerous gender stereotypes. Hired by Air France in 1946, female flight attendants was portrayed as modern and innovative. Their femininity was used to temper the fear caused by a means of transport that was still unfamiliar to people. The French airline gave them the specific role of representing the company and its national character. The stewardess quickly established herself as the airline industry's advertising muse, in order to win the loyalty of the clientele. By the end of the twentieth century, the stewardess had become part of the contemporary landscape, and erotic fantasies abounded about her. Throughout the entire post war-period, the airhostess concentrated the attributes of a hyperbolic femininity, the study of which lies at the crossroads of economic history, cultural history and gender history. In 1946, flight attendants are part of a new profession whose legal framework is largely undefined. They needed to fight for their professional recognition, which lays on specific skills that requires the aeronautic environment. Air France management is in charge of their selection and training, and demands gendered and emotional performance. Stewardesses' service mission is shaped in a highly masculinized environment. The social history of the Air France stewardesses allows us to consider how the scripts of a hyperbolic femininity are elaborated within the professional framework, counting on the privileged links this specific femininity maintains with hegemonic masculinity. Air France has created a prestigious brand image associated with luxury, and places great importance on in-flight service. The stewardess is seen as the archetype of feminized service professions. She becomes a symbol of modernity, which this thesis seeks to analyse in its gendered dimension.

Key words: Gender studies ; Stewardess ; Masculinity ; Flight attendants ; Social history ; Air France

RESUMEN

La azafata es una figura cultural asociada a numerosos estereotipos de género. Las azafatas contratadas por Air France en 1946 eran presentadas como modernas e innovadoras. Su feminidad servía para atemperar el miedo que provocaba un medio de transporte aún desconocido por la gente. La compañía aérea francesa les encomendó el papel específico de representar a la empresa y su carácter nacional. La azafata se impuso rápidamente como una imagen publicitaria de la industria aérea, eficaz dentro de su estrategia de fidelización de la clientela. A finales del siglo XX, la azafata se ha convertido en parte del paisaje contemporáneo y abundan las fantasías eróticas sobre ella. A lo largo del periodo post-guerra, la azafata concentraron los atributos de una feminidad hiperbólica, cuyo estudio se sitúa en la encrucijada de la historia económica, la historia cultural y la historia de género. Más allá de su presencia en los medios de comunicación, los auxiliares de vuelo formaban parte de una nueva profesión cuyos marcos jurídicos e institucionales eran muy pocos definidos. Tenían que luchar por su reconocimiento profesional, cuál dependía de la función de seguridad relativa al ámbito aeronáutico. Siendo responsable de su selección y de su formación, el personal ejecutivo de Air France exigía de las azafatas una prestación emocional y de genero especifica. El servicio entregado por las azafatas se imaginaba desde un entorno altamente masculino. La historia social del personal de Air France permite comprender cómo se desarrollan los guiones de la feminidad acentuada a través el mundo laboral, dados los vínculos privilegiados que esta feminidad tiene con la masculinidad hegemónica. La azafata se considera el arquetipo de las profesiones de servicio feminizadas, considerado el interés de Air France una marca empresarial de lujo. Las azafatas se han convertido en un símbolo de la modernidad, que esta tesis pretende analizar desde una perspectiva de género.

Palabras clave : Azafata ; Feminidad ; Masculinidad ; Historia del género ; Historia social ; Air France

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS 1

RÉSUMÉ 3

SOMMAIRE 6

ABRÉVIATIONS ET NOTES DE LECTURE 8

INTRODUCTION 12

État des lieux : l'hôtesse et la publicité au XXIème siècle 19
Un renouveau historiographique 25
L'hôtesse ou l'aménagement des rapports de genre modernes 35
Matériel de recherche et méthodologie 59
Repères chronologiques et statistiques 70

CHAPITRE 1 : LE PERSONNEL DE CABINE COMME EMBLÈME DE LA RÉGÉNÉRATION NATIONALE (DES ANNÉES 1930 À 1954) 76

1.1. A l'origine du mythe, le premier personnel de service embarqué 78
1.2. Les premières hôtesses françaises et la rénovation du régime de genre national 94
1.3. La fabrique d'un projet de genre par l'environnement professionnel 114
1.4. L'hôtesse de l'air, une figure hétérosexuelle moderne 159
1.5. Conclusion 180

CHAPITRE 2 : LES HÔTESSES, UN VISAGE PROFESSIONNEL DU PROJET MODERNE (1954-1960) 186

2.1. La lutte pour la reconnaissance professionnelle du PNC 188
2.2. La modernisation d'Air France 210
2.3. Les hôtesses, d'une féminité traditionnelle au glamour 252
2.5. Conclusion 267

CHAPITRE 3 : LA PARADOXALE FÉMINISATION DE L'AVIATION CIVILE (1960-1970) 271

3.1. L'ère de la réaction comme projet de société 273
3.2. La féminisation des équipages 296
3.3. La féminisation de l'image de marque Air France, un marqueur de modernité 311
3.4. La féminisation comme contrainte professionnelle 352
3.5. Conclusion 388

CHAPITRE 4. UN MÉTIER DE RÊVE EN PÉRIODE DE CRISE, L'UTILISATION STRATÉGIQUE DES MYTHOLOGIES DE GENRE (1970 – 1991)..... 391

4.1. La difficile rénovation de la marque Air France..... 393
4.2. Le nouvel ordre managérial ou la célébration de l'esprit d'entreprise..... 423
4.3. Faire face à la dégradation des conditions de travail : l'usage encadré des émotions..449
4.4. L'effort de la joie ou la promesse d'une vie de rêve..... 517
4.5. Conclusion..... 547

CONCLUSION GÉNÉRALE..... 551

ANNEXES..... 561

BIBLIOGRAPHIE..... 572

SOURCES ÉDITÉES..... 587

TABLE DES ILLUSTRATIONS..... 594

TABLE DES GRAPHIQUES ET DES TABLEAUX..... 597

TABLE DES MATIÈRES..... 600

ABRÉVIATIONS ET NOTES DE LECTURE

Écriture inclusive

L'ensemble de cette thèse est rédigé selon les principes de l'écriture inclusive. Elle est systématique et l'usage du masculin ne renvoie jamais au neutre. Nous utiliserons le point médian « · » pour signaler la présence d'un pluriel mixte, associant à la fois des figures féminines et des figures masculines. Nous emploierons par exemple le terme « salarié·e·s » pour se représenter l'ensemble du personnel d'Air France. C'est également le cas pour certains pronoms. Nous écrirons « iels » au lieu de « ils et elles », ou bien « elleux » pour remplacer « elles et eux ». Enfin, lorsque nous écrirons au pluriel, nous essaierons d'adopter au maximum des sujets féminins comme « les personnes ». Cette convention d'écriture s'applique à l'ensemble du texte.

Ce travail questionne les rapports de genre de l'époque contemporaine et les représentations qu'on s'en fait. Certains termes propres à notre terrain d'étude mobilisent un imaginaire strictement masculin, alors que leur incarnation sociologique est plurielle. Dans la presse d'époque, on trouvera par exemple le mot « passagers » sans jamais rencontrer son homologue féminin – sauf pour en faire la promotion dans certains cas spécifiques. Si nous interrogeons les représentations que véhicule ce terme, nous l'utiliserons dans sa version masculine. En revanche, pour parler de la clientèle de manière générique, nous utiliserons le mot « passager·ère·s ». Le Personnel Navigant Commercial (PNC) regroupe de manière indifférenciée les stewards et les hôtesses de l'air. Pourtant, les différences genrées de traitement sont nombreuses. Nous utiliserons là-aussi le langage inclusif pour toujours rappeler que l'égalité de statut n'équivaut pas à une égalité de condition. Enfin, certains noms ne s'accordent pas en genre et il est difficile d'y intervenir. C'est le cas des noms de professions comme « médecin », « cadre » ou « pilotes ». Il nous faudra, là encore, être attentif au contexte d'énonciation. Nous parlons par exemple des femmes pilotes au moment où celles-ci fixent l'attention médiatique (notamment dans l'entre-deux-guerres). À l'inverse, lorsque la presse d'Air France utilise ce terme, elle n'envisage que la figure masculine de son personnel et le récit héroïque qui y est associé.

Registres d'écriture

Cette thèse s'écrit selon trois registres d'écriture :

- Le recours au « nous » permet d'inclure la personne lectrice dans un processus réflexif commun, en mobilisant des sources toujours visibles et en clarifiant les étapes du raisonnement. C'est le registre dominant de la thèse.
- L'utilisation du « je » caractérise mes expériences personnelles, sur lequel la personne lectrice n'a pas de prise. C'est un registre notamment présent en introduction, pour éclaircir le cadre de production de ce travail et les processus réflexifs qui en ont induit la problématisation.
- L'utilisation du « on » relève davantage d'un style d'écriture. C'est un sujet générique.

Utilisation de l'iconographie

Les illustrations qui ponctuent le corps du texte font toutes l'objet d'une analyse spécifique. Ce sont pour la plupart des photos personnelles ou des captures d'écran. Elles proviennent en grande majorité des archives numérisées de la Bibliothèque National de France ou de l'INA. Toutes les photos d'archives du Musée Air France font l'objet d'une autorisation. Les légendes qui les accompagnent sont formées d'un titre personnel, d'une description succincte et de la source d'origine. Je m'excuse pour la qualité parfois mauvaise des clichés personnels.

Abréviations utilisées

BCFH : Belgian Corporation of Flying Hostess

BOAC : British Overseas Airways Corporation

CC : Chef·fe de cabine

CCP : Chef·fe de cabine principal·e

COFROR : Compagnie française d'organisation

CSS : Certificat sécurité et sauvetage

ENAC : École nationale d'aviation civile

DGAC : Direction générale de l'aviation civile

GO : Gentil·le organisateur·ice

IATA : International aerial transport association (Association internationale du transport aérien)

PN : Personnel navigant

PNC : Personnel navigant commercial

PNT : Personnel navigant technique

PS : Personnel au sol

UAT : Union aéromaritime des transports

UIOOT : Union internationale des organismes officiels de tourisme

UTA : Union des transports aériens

RAF : Relais aérien français

SAS : Scandinavian Airlines System

SFASA : Service d'exploitation de la formation aéronautique et des sports aériens

SGAC : Secrétariat générale de l'aviation civile

SIPCA : Sessions d'information et de perfectionnement des cadres

SNPNC : Syndicat national du personnel navigant commercial

SKO : Siège kilométriques offerts

SOFITEL : Société financière de gestion et d'investissement immobiliers et hôteliers

TAI : Transporteurs aériens intercontinentaux

INTRODUCTION

En regardant le clip vidéo *Toxic* de Britney Spears sur *Youtube*, totalisant plus de 689 millions de vues en novembre 2024, l'évidence des fantasmes masculins sur les hôtesses de l'air saute aux yeux. Habillée d'un uniforme bleu électrique, la chanteuse pousse un chariot de service dans un appareil au milieu des passagers[1]. L'avion est rempli d'hommes en costume, tous blancs et quarantenaires. En versant du champagne sur le pantalon de l'un d'entre eux, au niveau du sexe, la chanteuse active un imaginaire érotique populaire. Si Britney Spears joue avec cette représentation de la féminité pour en détourner le sens, elle en confirme également l'enracinement. L'hôtesse de l'air est une image chargée de stéréotypes : sexy, « glamour », élancée aux jambes longues, elle est toujours disponible. Dans notre imaginaire collectif, l'hôtesse est caractérisée par son corps et par sa féminité. Elle relève d'une construction historique complexe qu'aucune étude scientifique française n'a tenté d'explorer, malgré son omniprésence dans le quotidien des vies mondialisées.

Une recherche rapide sur le *Google* francophone nous montre que c'est notamment à travers le prisme du genre que les médias font exister les hôtesses de l'air. Trois grandes thématiques organisent cette médiatisation : le lien qu'elles entretiennent avec la mode[2], la sexualisation de leur fonction et les discriminations sexuées dont elles font l'objet. Le champ de leur sexualisation est particulièrement vaste. La presse nous rapporte, entre autres, que des hôtesses de Mexicana posent pour Playboy afin d'assurer un salaire qui leur fait défaut (suite à des refus de paiement par leur employeur)[3]. Trois hôtesses brésiliennes de la Varigue posent nues pour un magazine[4]. Une cheffe hôtesse Transavia est à l'origine d'un scandale sexuel[5]. Le site *GentSide* alimente le fantasme en mettant en ligne « *les 30 photos les plus osées des hôtesses* »[6], quand *Buzztag* apporte « *la preuve que les hôtesses de l'air sont des coquines* »[7].

[1] Lien URL : https://www.youtube.com/watch?v=LOZuxwVk7TU

[2] Un regard sur le site officiel d'Air France montre comment l'histoire des hôtesses se confond rapidement avec l'histoire de leur uniforme. Lien URL : https://corporate.airfrance.com/fr/actualites/70-ans-des-premieres-hotesses-dair-france

[3] Joël Ricci, « Les hôtesses de Mexicana posent pour Playboy », *AirJournal*, publié le 22 janvier 2011, lien URL https://www.air-journal.fr/2011-01-22-en-attendant-les-hotesses-de-mexicana-posent-pour-playboy-524214.html

[4] Le Magué, 19 janvier 2007. Lien URL : https://www.lemague.net/dyn/spip.php?breve1489

[5] Article de *L'express*, publié le 12 octobre 2016, lien URL : https://www.lexpress.fr/monde/europe/un-possible-scandale-sexuel-met-transavia-dans-l-embarras_1839906.html

[6] Article du 12 novembre 2018, https://voyage.gentside.com/hotesse-de-l-air/les-photos-osees-des-hotesses-de-l-air_art2691.html

[7] https://www.buzztag.fr/33-photos-hotesses-de-lair-coquines

La presse se fait également le relais des violences sexistes qu'elles subissent, comme celles dont ont souffert des candidates à l'embauche chez Kuwait Airlines. Le recruteur de la société Meccti, entreprise spécialisée dans l'embauche de Personnel Navigant Commercial (PNC) depuis 1997, demanda aux candidates de se déshabiller. Une d'entre elle a porté plainte face aux violences subies, notamment après que le recruteur lui ait fait comprendre qu'« *il se fichait de ses sept langues, et qu'il ne baisait pas les gens avec des cicatrices* »[8]. Plusieurs hôtesses dénoncent par ailleurs une véritable omerta chez Air France, qui ne donnerait pas de suite judiciaire aux agressions sexuelles verbales ou physiques qu'elles ont subies à plusieurs reprises. L'enquête menée par RMC décrit l'impunité dont bénéficient les agresseurs, notamment les pilotes[9]. Dans un article de mai 2020, Mediapart pointe l'ambivalence d'une entreprise qui « *promet une lutte implacable contre le harcèlement sexuel* » et dans laquelle les agressions sont pourtant systématisées[10]. Une enquête plus récente de Marie Dupin pour la cellule d'investigation de Radio France fait état d'une situation très grave. Les agressions répétées et les violences sexuelles contre les femmes navigantes se heurtent au silence de la direction, à des délais qui dépassent les cadres légaux et à une absence de poursuite des agresseurs. Les pilotes semblent bénéficier d'une aura particulière qu'il semble difficile à remettre en cause, du fait de leur puissance syndicale au sein de l'entreprise[11]. Cette violence résume bien les enjeux historiques qui accompagnent le développement des professions aériennes. Fortes d'une technicité et de compétences spécifiques, les femmes de l'air sont néanmoins réduites dans le champ médiatique à leur seule identité de genre. Pour les directions commerciales, il s'agit de mettre à disposition de leur clientèle une féminité sélectionnée selon des critères esthétiques et moraux. Cela n'a que trop bien fonctionné ; au-delà de ce qu'offre internet, ma propre expérience de recherche confirme l'enracinement de ces représentations.

[8] Robin Serradeil, « Des hôtesses de l'air priées de se mettre en sous-vêtements : la session de recrutement polémique d'une compagnie aérienne », *La Dépêche,* publié en ligne le 6 janvier 2023, lien URL, https://www.ladepeche.fr/2023/01/06/des-hotesses-de-lair-priees-de-se-mettre-en-sous-vetements-la-cession-de-recrutement-polemique-dune-compagnie-aerienne-10907903.php

[9] Emission « Témoin RMC » du 24 mai 2022, durée 8 min. 34. Lien URL : https://rmc.bfmtv.com/actualites/societe/transports/c-etait-un-viol-verbalise-le-temoignage-d-une-hotesse-qui-accuse-des-pilotes-d-air-france_AV-202205240181.html

[10] Sarah Bos, « À Air France, des hôtesses des violence sexuelles endémiques », *Médiapart*, 18 mai 2020.

[11] Marie Dupin, « Agressions sexuelles : des hôtesse de l'air chez Air France brisent la loi du silence », *France Bleu*, 14 février 2025. Lien URL : https://www.francebleu.fr/infos/societe/agressions-sexuelles-des-hotesses-de-l-air-chez-air-france-brisent-la-loi-du-silence-4942110

Quand je dis le sujet de ma thèse, la grande majorité des personnes réagissent au terme « hôtesse de l'air », confirmant sa forte puissance d'évocation, dont le sens varie en fonction du profil sociologique des gens. Pour les hommes de plus de trente ans, la réaction spontanée ressemble à ceci : « Les hôtesses ? Tu ne dois pas t'ennuyer lors de tes interviews ! ». « Docteur en hôtesse de l'air ? Tu dois en avoir vu tous les angles ! ». Pour le reste, en fonction de la sensibilité à la thématique du genre, les personnes comprennent immédiatement ce que convoque l'image des hôtesses. La mythologie fabriquée au cours du deuxième XX^{ème} siècle[12] a été suffisamment diffusée pour imbiber notre paysage culturel sous la forme indémodable d'une hôtesse mythique qui, à défaut d'être réelle, agit plus vraisemblablement comme un repère de l'hétérosexualité. Des proches parents, enfants au tournant des années 1970, se souviennent avoir entendu la phrase : « Toi, tu es tellement belle que tu pourrais devenir une hôtesse de l'air ». Cet énoncé *a priori* anodin contient une vérité puissante sur l'organisation sociale de genre : la formation de corporalités égériques conditionne, en fonction du sexe, l'accès au monde du travail et au prestige qui lui est associé. Un collègue m'a confié avoir eu une relation de deux ans avec une hôtesse d'Air France. Il m'a décrit le sentiment jubilatoire qu'il avait d'être à son bras, lui, un homme que sa trajectoire sociale n'avait jamais prédestiné à un tel prestige masculin. Il me raconta se « sentir comme un coq », me confia son orgueil de la voir en uniforme et le plaisir érotique qu'il prenait à ne pas l'enlever. La figure de l'hôtesse de l'air rappelle de manière intuitive que l'expression du genre s'ajuste à d'autres paramètres sociaux, tels que le sentiment de puissance, de richesse ou, à l'inverse, le sentiment d'exclusion.

L'idée de travailler sur les hôtesses de l'air m'a été suggérée par Jean-Marc Olivier à l'occasion de la soutenance de mon mémoire en 2018. En réalité, c'est un monde qui m'était alors jusque-là complètement inconnu. L'aéronautique est un champ de passionné·e·s : la plupart des études historiques sont le fruit de ses propres acteur·ice·s (bien souvent acteurs par ailleurs). Mon seul rapport avec l'aviation est d'avoir voyagé à plusieurs reprises à bord d'appareils, dont le nom, l'origine ou la forme ne m'intéressaient pas. Concernant le personnel de bord, je me souviens avoir été marqué par la présentation et la beauté de certaines hôtesses sur les compagnies Latam et Air France. Habitué au transport low-cost, je me rappelle m'être fait la réflexion « pourquoi sont-elles plus jolies que sur Easy Jet ? ». C'est le seul souvenir personnel que je peux atteindre. Jamais je n'aurais imaginé m'intéresser à leur environnement professionnel dans le cadre d'une thèse.

[12] Nous utilisons cette formule pour nommer la deuxième partie du XX^{ème} siècle, soit après 1945.

Mon mémoire de master sous la direction d'Alain Boscus portait sur les mobilisations des usines aéronautiques toulousaines dans les années 1968 et leur effet sur la réorganisation des techniques managériales. Pour son écriture, j'ai dû manipuler des tracts syndicaux et de la presse d'entreprise. J'ai trouvé un intérêt particulier dans l'analyse du discours patronal, identifiable notamment dans le contenu des stages de formation de l'encadrement. Cette séquence d'adaptation du capitalisme m'amena à considérer davantage l'histoire des dominants : comment se perpétue le pouvoir ? Comment absorbe t-il les contestations ? À la sortie de mon mémoire, j'étais encore obsédé par ces questionnements ; l'image de l'hôtesse de l'air est venue se fixer dans mon esprit sous la forme brute d'une propagande genrée de l'esprit capitaliste. Même après avoir dégrossi cette intuition première, elle ne m'a jamais vraiment quittée, tant j'en observe des manifestations parfois inattendues. Encore cette année (2024), lors d'un match de Ligue des Champions, le Parc des Princes accueillait les équipes de foot avec deux hôtesses qataries, se tenant de chaque côté de l'arche par laquelle arrivent les joueurs sur le stade[13]. Leur rôle invisible ne serait-il pas, paradoxalement, de rendre visible le prestige masculin des footballeurs et des clubs qui les embauchent ? Les hôtesses de l'air ont fait partie de ces femmes qui exhibent le pouvoir moderne. Elles se maquillent pour lui et s'affairent à son service. Mais de quel service parle t-on ? Quel type de maquillage les compagnies les ont-elles obligées à porter ? Quelle histoire du pouvoir circule à travers la mise en scène de l'hôtesse de l'air ? Questionner cette performance revient à interroger « l'hôtesse de l'air » au singulier, qui existe sous une forme représentative. À l'inverse, les « hôtesses de l'air » au pluriel renvoient aux salariées de l'aviation civile. Les deux termes ne peuvent pas se confondre. Pourtant l'un existe par sa relation à l'autre. Cette thèse explore le lien complexe entre un groupe professionnel féminisé et les représentations de genre qu'il véhicule. En aucun cas je ne saurais revendiquer l'écriture de l'histoire des hôtesses de l'air ; plusieurs d'entre elles ont déjà témoigné à travers des exercices autobiographiques publiés. Je suis convaincu que les personnes concernées sont les seules légitimes à raconter leur histoire. L'analyse historique ne s'intéresse pas qu'au récit, mais davantage à sa problématisation.

Les hôtesses de l'air incarnent pour chaque compagnie nationale une féminité spécifique. Pourtant, on dirait parfois qu'elles se ressemblent toutes. Les méthodes de recrutement ne se fixent pas à un strict bassin d'embauche. Les compagnies du Moyen-Orient

[13] On retrouvera cette image sur le résumé de PSG – Atlético Madrid du 7 novembre 2024 à la 11ème seconde. Lien URL : https://www.youtube.com/watch?v=Y_Ylq7AptGI

engagent par exemple des hôtesses espagnoles pour leurs escales à Madrid[14]. Existe t-il une féminité « mondialisée » ou une féminité de la modernité ? À l'inverse, comment exprimer « la nationalité » des corps féminins, selon quels attributs ? C'est la littérature féministe et décoloniale qui m'a semblé la plus pertinente pour envisager ce sujet. Dans un premier temps, j'avais imaginé faire l'économie des représentations raciales à travers la comparaison des hôtesses de différentes compagnies aériennes. Compte-tenu de l'immensité du corpus que cela représente, je me suis vite restreint à une étude davantage sectorisée sur le plan géographique. Au fur et à mesure de ma découverte des fonds de l'aviation civile française, j'ai été impressionné par leur diversité et par leur taille. J'ai définitivement balayé les possibilités d'une étude comparative. Il m'a fallu réduire encore mon territoire de recherche. En envisageant un travail de quatre à cinq ans, je me suis borné à l'étude d'une seule compagnie. Malgré la facilité d'accès aux archives d'Air Inter, malgré l'utilisation inédite de la mode féminine par UTA (Union des transports aériens)[15], cette thèse se limite finalement au personnel d'Air France. C'est notamment l'importance économique et géopolitique de cette dernière qui motiva mon choix : parmi les rôles historiques que se donne la compagnie nationale, il est explicitement mentionné que les hôtesses doivent exporter la féminité française à l'étranger.

Évoqué déjà à plusieurs reprises, le concept de modernité est central dans ce travail. L'hôtesse de l'air semble être un avatar de la modernité, car elle en accompagne une des manifestations les plus abouties du vingtième siècle : l'aviation. Comme le synthétisent Georges Dubey et Renaud Martin :

> « *L'aéronautique matérialise au plus haut point l'idéal de la modernité : un monde pacifié et rendu meilleur par la rationalité technique, l'idéal universaliste et démocrate de la banalisation du voyage, la liberté de circulation, l'émancipation vis-à-vis des contraintes naturelles et territoriales* »[16].

[14] Thiery Blancmont, « Emploi PNC, des recrutements en sous-vêtements ? », dans *Air Journal*, publié le 5 janvier 2023 en ligne. Lien URL : https://www.air-journal.fr/2023-01-05-emploi-pnc-des-recrutements-en-sous-vetement-5245452.html

[15] UTA fait appel à Pierre Cardin en 1968, puis à Courrèges en 1973, pour rénover rapidement et drastiquement sa gamme commerciale. Il s'agit d'entretenir une image « moderne », en accélérant les séquences de changement, de sorte à créer l'illusion de la transformation permanente. D'après Florence Müller, *Elégances aériennes, une histoire des uniformes d'Air France,* édité par Air France, 2004, 136 p.

[16] Gérard Dubey et Renaud Martin « Les coulisses du ciel ». In *Quaderni*, n°44, Printemps 2001, les industries de l'évasion, pp. 89-100

En paraphrasant Emmanuelle Retaillaud qui travaille sur la figure de « *la parisienne* », il circule à travers la figure plastique de l'hôtesse une histoire plus ample de la civilisation moderne[17]. La question du pouvoir que nous mentionnons plus haut est intimement liée à celle de la modernisation. Voler plus haut, partir plus loin, « *rouler plus vite, laver plus blanc* » (comme le suggère Kristin Ross[18]), sont des symptômes d'une civilisation industrielle, qu'on peut également envisager comme les réalisations culturelles du système capitaliste. À travers ces courtes phrases, on comprendra le besoin de clarification de ces concepts, tant ils mobilisent une épistémologie importante. L'introduction qui suit tente d'expliciter ces liens entre modernité, capitalisme, représentations et système de genre.

Dans un premier temps, nous allons évoquer l'utilisation de l'hôtesse de l'air dans les politiques commerciales actuelles pour révéler les pistes problématiques qui y sont associées. Nous ferons un inventaire bibliographique des productions universitaires existantes dans une deuxième partie, de façon à comprendre par quels angles la recherche s'est saisie des femmes de l'air et pourquoi le patrimoine d'Air France est resté inexploré. Dans une perspective épistémologique, une troisième partie introductive cherche à resserrer notre perspective de recherche autour des deux grands thèmes qui la compose : la modernité et le système de genre. Nous nous intéresserons plus spécifiquement à l'histoire culturelle de la modernité et aux *masculinity studies*. Enfin, après avoir évoqué notre problématique, nous détaillerons davantage le corpus de sources utilisé pour y répondre.

[17] Emmanuelle Retaillaud, *La Parisienne, histoire d'un mythe. Du siècle des Lumières à nos jours,* Éditions du Seuil, 2020, 417 p.

[18] Kristin Ross, *Rouler plus vite, laver plus blanc, modernisation de la France et décolonisation au tournant des années 60*, Flammarion, 2006, 295 p.

État des lieux : l'hôtesse et la publicité au XXIème siècle

Représenter la Nation

À regarder les photographies de femmes dans la publicité, on remarque que ce n'est pas tant le contenu de l'image publicitaire qui importe, mais bien comment le destinataire parvient à situer cette image dans le jeu des interactions sociales, à travers le physique et l'aspect des personnes représentées. Le sexe étant « *l'élément caractérisant de façon catégorielle les personnes le plus directement observable* », le message publicitaire insiste particulièrement sur les représentations de genre[19]. En analysant un ensemble de photographies à grand tirage, Erving Goffman propose l'idée « *d'hyper-ritualisation de la féminité* », soit une « *standardisation, exagération et simplification* » des performances de genre déjà existantes socialement[20]. Du fait de cette hyper-ritualisation des comportements sociaux, le champ publicitaire propose des modèles identitaires[21]. Étudier l'hôtesse de l'air nous invite à prolonger cette analyse aux représentations des corporalités nationales, car elle est censée, justement, en ritualiser l'apparition.

Comme l'écrit Pierre Biplan, « *il n'y a pas de secteur d'activité qui ait été autant marqué par l'empreinte « nationale » que le transport aérien* »[22]. Au départ de chaque vol long-courrier, les compagnies diffusent un clip vidéo sur les consignes de sécurité dont le rôle marketing est central. C'est souvent un terrain d'expression de la propagande touristique nationale : Korean Air va par exemple insister sur le patrimoine technologique de la Corée du Sud ainsi que sur l'exportation de la K-Pop (le message de sécurité étant dilué dans une chanson du groupe SuperM)[23]. Beaucoup de compagnies nationales choisissent l'hôtesse de l'air comme champ d'information principal. Singapore Arlines l'utilise comme protagoniste de son clip vidéo, lui faisant jouer le rôle d'une femme empathique envers ses passagers[24]. Fiji

[19] Conein Bernard, « Voir la femme et acheter : éthographie des photographies publicitaires » *Langage et société,* n°69, 1994. pp. 59-79

[20] Erwing Goffman, « La ritualisation de la féminité », dans *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°14, 1977, Présentation et représentation du corps, pp.34-50

[21] Valérie Sacriste, « Sociologie de la communication publicitaire », *L'Année Sociologique,* n°51, 2001/2, pp. 487-498

[22] Pierre Biplan, « Les compagnies aériennes entre la nation et la mondialisation », *Hérodote*, 2004, n°114, pp. 56-70

[23] Vidéo clip de Korean Air, publié sur Youtube le 2 décembre 2020, durée 4min57.

[24] Vidéo clip de Singapore Airwas, publié sur Youtube le 8 août 2017, durée 5min49. https://www.youtube.com/watch?v=25brQSPMORg&t=150s

Airways, sur le même modèle, diffuse la douceur et la tranquillité de ses îles en utilisant le visage calme d'une hôtesse[25]. Dans un tout autre registre, Qatar Airways fait le choix de mettre en scène des légendes du football international dans un vestiaire (Lewandoski ou Neymar). L'ambiance exclusivement masculine est d'autant plus marquée par l'apparition d'une hôtesse, dont le rôle muet se résume à sa disponibilité : elle est chargée de tenir une tablette, de diffuser des vidéos à la demande du présentateur ou bien de remettre une coupe[26]. Sans être exhaustives, ces vidéos – et plus largement toute production commerciale des compagnies aériennes nationales – fournissent un matériel inédit sur le lien qui unit propagande nationale, économie mondialisée et système de genre. La figure du personnel y prend la forme d'un message iconique non-codé, dont la signification, dans son sens barthien, est franche : elle propose intentionnellement un sens[27].

Quel sens prend l'hôtesse de l'air à l'écran ? L'ancienne vidéo d'Air France de 2015 est à ce sujet très instructive. Elle met en scène cinq femmes, habillées de marinières à manches longues et de jupes à godets. Une hôtesse en uniforme Christian Lacroix présente les mesures de sécurité, tandis que les actrices illustrent ses propos par une chorégraphie[28]. On perçoit de manière intuitive et immédiate la « francité » de ces femmes, soit « *l'ensemble des caractéristiques reconnus comme français* » selon le Larousse[29]. Il n'existe pas de définition scientifique de ce terme, ce qui prouve l'absence de travaux qui y sont consacrés, notamment dans ses déclinaisons genrées. Pourtant, grâce à des efforts de sélection et de formation de son personnel, Air France peut convoquer et mobiliser matériellement ce que serait la féminité nationale. Charline, une hôtesse retraitée depuis 2005, décrit cette dernière comme *« un chic naturel, pas trop apprêté, pas guindé, un truc un peu naturel mais chic, simple mais chic. Élégant* ». Elle raconte par ailleurs, lors de notre échange :

> « *Sylvie Jolie dit qu'en tant que femme « on représente un peu la France » !*

[25] Vidéo clip de Fidji Airways, publié sur Youtube le 21 octobre 2021, durée 5min54. https://www.youtube.com/watch?v=yUgsnp-UJzA&t=160s

[26] Vidéo clip de Qatar Airways, publié sur Youtube le 8 mars 2021, durée 6min15. https://www.youtube.com/watch?v=aRjCzrcBcF4&t=132s

[27] Roland Barthes, « Rhétorique de l'image », dans *Communications,* n°4, 1964, pp. 40-51

[28] Vidéo clip d'Air France, publié sur Youtube le 15 septembre 2015, durée 4min40. https://www.youtube.com/watch?v=f27zE-PdZZI&t=27s

[29] Dictionnaire Larousse en ligne. Lien URL : https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/francit%C3%A9/35044

[Ma réponse] En tant que femme ? Mais qu'est-ce que tu représentes ?

Je représentais la France, Air France, la haute couture française…

Est-ce que tu représentais une féminité française ?

Ah oui, forcément !

Comment décrirais-tu une femme française ?

Comme une hôtesse de l'air de l'époque [Rires] *!* [30] »

L'hôtesse d'Air France jouerait donc un rôle métonymique de la femme française. Cette hypothèse est transposable à toutes les hôtesses dont le rôle d'ambassadrice est un objectif fixé par les directions commerciales. Du fait des liens qui unissent les compagnies aériennes au complexe touristique, chaque hôtesse est censée performer ce que l'étranger projette sur la féminité du pays qu'il visite.

Genre, classe, et consommation : l'hôtesse de l'air socialement située

On ne saurait comprendre la féminité et la masculinité comme des catégories d'analyse déconnectées des autres rapports sociaux. Forgée dans le féminisme afro-américain, la critique intersectionnelle du pouvoir contribue a visibiliser ces mécanismes de superposition identitaires (race, classe, genre, âge, etc.), en faisant de l'imbrication des rapports sociaux une modalité des structures sociales elles-mêmes[31]. Standardiser à l'excès les expressions d'une certaine féminité permet de lui attribuer d'autres significations sociales. L'hôtesse se fait le relais de certaines identités de classe, de la même manière qu'elle exprime certaines « nationalités ». C'est avant tout par le succès des compagnies low-cost qu'on observe le mieux ce processus.

Né aux États-Unis, le low-cost est un système de compression maximale des coûts fixes qui s'impose progressivement au marché européen : à partir de 1986, la cour de justice supranationale propose plusieurs textes fondamentaux qui entérinent la libéralisation du ciel[32]. Ce modèle économique redéfinit également le modèle professionnel. Le PNC (Personnel

[30] Entretien avec Charline, réalisé le 05/03/2020 chez elle, durée 2h01. Tous les noms des personnes entretenues ont été modifiés pour préserver leur confidentialité.

[31] Kimberlé W. Crenshaw, Oristelle Bonis, « Cartographie des marges : intersectionnalité, politique de l'identité et violences contre les femmes de couleur », dans *Cahiers du genre,* 2005, n°39, pp. 51-82

[32] Édith Balbin « La dérèglementation du transport aérien aux Etats-Unis et en Europe », *dans Synthèse,* juin 1994

navigant commercial) low-cost n'est en effet « *plus seulement producteur de valeur en tant qu'il prodigue un service, mais aussi en tant qu'il doit lui-même dégager directement un profit* »[33]. Multiplication des tâches (ventes, ménage, garderie, etc.), réduction des salaires, allègement de la formation sécurité : la profession est dévalorisée, même dans une entreprise historique et prestigieuse comme Air France. L'impact sur la perception culturelle des hôtesses est immédiat. Premièrement, la précarisation du travail implique une réduction du temps consacré à l'esthétisation des corps féminins. Deuxièmement, la fabrication d'une « clientèle low-cost » issue des classes populaires s'illustre par une nouvelle mise en scène des hôtesses de l'air, davantage érotisées et sexualisées.

L'exemple le plus flagrant de ce processus concerne les publications commerciales de l'entreprise irlandaise « Ryan Air ». Cette dernière publie à plusieurs reprises des calendriers, dont la vente à bord de ses vols permet d'assurer des campagnes de charité. Ils mettent en scène des hôtesses en bikini fluo ou en lingerie fine. Dans le numéro de 2011, elles entourent le PDG Michael O'Leary, affublé d'un masque et d'un tuba, en maillot lui aussi. Sur l'une des photos (illustration n°1), on voit le groupe évoluer dans une rue renvoyant à une sorte d'ordinaire populaire (ruelle en brique, graffitis sur les murs de ciment, camionnettes d'artisan, etc)[34]. Cet ensemble d'éléments n'est pas habituel dans l'imagerie publicitaire du monde aérien, davantage articulée autour des thématiques du voyage et du luxe, du confort et de la légèreté, du ciel et de la mer. Le projet de la compagnie est celui d'une aviation décomplexée, dont les prix attractifs peuvent attirer les classes travailleuses. En cherchant à fidéliser les classes populaires, Ryan Air dessine les contours d'une hétérosexualité qui devrait jouer comme facteur d'identification. On retrouve cette idée dans leur vidéo publicitaire de 2017, ou les signes d'une relation hétérosexuelle « normale », reproductible et standardisée, sont omniprésents dans la vidéo[35]. Dans la même temporalité historique, Air France propose un univers élégant et raffiné. On le retrouve composé de corps élancés, de mouvements jamais entravés, du sentiment d'unicité et de perfection. À l'occasion des 90 ans d'Air France (1933 – 2023), la compagnie réactive ce discours historique par de nombreux supports, notamment par un vidéo clip où se côtoient défilés de mode, cuisine gastronomique,

[33] Louis-Marie Barnier, Chloé Calame et Jean Vandewattyne, « Le low cost dans le secteur aérien », *La nouvelle revue du travail* [En ligne], 12 | 2018, mis en ligne le 02 mai 2018, consulté le 31 juillet 2023. URL : http://journals.openedition.org/nrt/3527 ; DOI : https://doi.org/10.4000/nrt.3527

[34] « Ryan Air, un calendrier sexy pour la bonne cause », *L'indépendant,* novembre 2011.

[35] Clip publicitaire de Ryan Air intitulé en français « l'Amour, c'est compliqué ». Publié sur Youtube le 10 février 2017, 48 secondes. https://www.youtube.com/watch?v=1Uj_V0uxCTA

affiches célèbres et réaffirmation du rôle primordial des hôtesses de l'air, ces « *messagères de l'élégance et du bon goût français* »[36].

Illustration n°1 : fantasmes populaires ? Publicité de Ryan Air, 2011. Capture d'écran personnelle.

Dans son mémoire de recherche de master, Chloé Calame confirme une différence notable des représentations de genre entre une compagnie low-cost et son homologue « national ». En comparant les campagnes publicitaires de Transavia (filiale low-cost du groupe Air France – KLM) et Air France, Chloé Calame annonce que les modes de présence féminins sont mobilisés stratégiquement : Air France propose une féminité davantage « parisienne », raffinée, élégante et vêtue, qui vient s'opposer à une féminité plus exhibée du côté de Transavia, bouche entrouverte, aisselles mises à nues, que l'auteure assimile aux modèles H&M. Transavia, de la même manière que le géant textile, vise les classes moyennes et étudiantes. Air France veut conserver ce qui fait son prestige historique en invoquant la distinction bourgeoise dans ses effigies publicitaires[37]. Au-delà des publicités, Chloé Calame montre qu'Air France exige de son personnel une performance de genre plus forte que celle de la compagnie low-cost. En comparant notamment les manuels d'habillement, elle analyse une pression supplémentaire sur le corps des hôtesses d'Air France, dont les attendus

[36] Publicité vidéo d'Air France, clip Youtube du 28 septembre 2023, durée 2 min 13. https://www.youtube.com/watch?v=i1BhQGoA-ic&t=105s

[37] Chloé Calame, *Le Low-cost : réorganisation de la production et construction d'un discours, comment le low-cost modifie le travail du personnel navigant commercial ?* Mémoire de recherche de master 1, sous la direction de Quentin Ravelli, ENS Ulm / EHESS, 2016.

vestimentaires sont bien plus exigeants que leurs homologues de Transavia[38]. La compagnie nationale a su construire une image prestigieuse ; aucune étude historique spécialisée n'a pourtant tenté de comprendre le lien qu'entretient ce luxe avec les prescriptions genrées des hôtesses.

[38] *Ibid,* p. 49-50

Un renouveau historiographique

L'index bibliographique développé par Jean-Luc Simon, passionné d'aéronautique, fait état de 2030 ouvrages édités en français relatifs à l'histoire de l'aviation[39]. Dans cet ensemble, seuls trois titres intègrent le mot « hôtesse » de l'air, prouvant la faiblesse de l'historiographie consacrée au personnel de bord. Les six livres consacrés à l'histoire des femmes navigantes s'intéressent plus précisément aux pilotes. On compte une trentaine d'écrits qui possèdent le mot « homme » dans leur titre et près de 130 livres consacrés de manière explicite aux pilotes. Ces quelques indices statistiques montre que le champ historiographique est largement dominé par un regard masculin. Malgré un vaste corpus de sources, l'hôtesse de l'air française n'intéresse que très peu la recherche historique. Elle est davantage connue des sociologues.

Le patrimoine historique d'Air France et le silence universitaire

Les publications scientifiques francophones sur Air France sont essentiellement publiées par des économistes. D'après le moteur de recherche Cairn, cinq des sept articles qui s'intéressent à l'entreprise (dont le nom apparaît dans le résumé) traitent des restructurations managériales d'Air France. Le seul article historique, publié dans la revue *Entreprise et Histoire* en 2002, retrace quant à lui le déploiement des services informatiques dans le service public, notamment à la SNCF et Air France. En interrogeant la base de données de manière plus large, on compte près de 2 300 publications qui citent au moins une fois le nom de la compagnie aérienne. Quelques 350 textes ont été mis en ligne les trois dernières années. Au regard de leur champ disciplinaire, ce sont les juristes et les économistes qui s'y intéressent le plus (dans des revues de management, de droit international ou encore d'administration publique). La recherche pose essentiellement des questions sur les formes institutionnelles de l'entreprise. La grande majorité des productions ne propose cependant pas d'analyse particulière de la compagnie, mais s'en sert davantage comme exemple, parfois renvoyé à des notes de bas de page. Si Air France rayonne en tant qu'entreprise du fait de son champ d'activité et de son histoire (une compagnie nationale à la pointe du service aérien), il n'en existe pas d'histoire économique détaillée. L'énorme travail collectif dirigé par Fernand Braudel et Ernest Labrousse en 1982 ne fait par exemple que mentionner l'entreprise, sans

[39] Jean-Luc Simon, *Un siècle de livres d'aviation, contribution à la bibliographie du livre d'aviation d'expression française,* disponible sous forme de téléchargement à l'URL suivant : http://jlsfly.free.fr/biblio/pdf/Bouq_tot.pdf

pour autant sans servir comme support, ni comme entreprise témoin[40]. Dans un ouvrage récent, Paul Chiabaretto et Emmanuelle Combe s'intéressent à Air France comme un exemple parmi d'autres, dans une analyse globale du marché aérien[41]. Seule l'étude de Claude Reichman et Daniel Meztlé, publiée en 1971, rend compte des particularités historiques de la société aérienne nationale depuis sa création[42].

La moitié des travaux universitaires disponibles sur Cairn a été publié il y a plus de dix ans. Les sciences sociales se sont saisies de cet objet au cours des années 2000, car il fournissait alors une excellente fenêtre sur la recomposition des conflits sociaux. Michel Pigenet s'intéresse ainsi à la présence cégétiste dans les centres d'appels d'Air France sur l'ensemble d'une période fortement marquée par les restructurations de l'entreprise (1989-2004)[43]. Mathieu Bensoussan étudie quant à lui les formations syndicales du personnel navigant à la fin des années 2000[44]. Historiquement, il est à noter que les entreprises de transport bénéficient d'une attention médiatique particulière en cas de mobilisation, étant donné leur impact immédiat sur la population. Les grèves des pilotes d'Air France sont bien relayées par voie de presse, notamment celle de 2014 qui a fait perdre 500 millions d'euros à la compagnie[45]. Elles mettent en tension des imaginaires a priori éloignés : celui du mouvement gréviste et celui du prestige social. Ce genre de conflit suscite l'intérêt de la recherche, car Air France polarise cette idée d'une société incarnant l'ancien modèle économique gaulliste, qui ne saurait pourtant échapper à la libéralisation inaltérable du marché aérien.

Du reste, la plupart des publications historiennes remplissent un rôle davantage commercial qu'analytique. C'est notamment l'association du musée d'Air France, créé en 1972[46], qui accompagne la rédaction de la plupart des travaux. Au début des années 2000, la

[40] Fernand Braudel et Ernest Labrousse, (dir.), *Histoire économique et sociale de la France : l'ère industrielle et la société d'aujourd'hui (1880-1980),* PUF, 1982, 888 p.

[41] Paul Chiabaretto et Emmanuelle Combe, *Le transport aérien,* La Découverte, 2023 128 p.

[42] Claude Reichman, Daniel Metzlé, *L'enjeu aérien : Air France*, Editions France Empire, 1971, 314 p.

[43] Michel Pigenet, « Syndicalisme et nouveaux salariés des services : aperçu sur l'expression cégétiste dans les centres d'appels Air France (1989-2004) », *Le mouvement social,* 2006, pp. 101-103

[44] Mathieu Bensoussan, « Chapitre 4 : Le syndicat des personnels navigants », dans Françoise Piotet (dir), *La CGT et la recomposition syndicale*, PUF, 2009, pp. 123-159.

[45] André G. Delion et Michel Durupty, « Chronique du secteur public économique », *Revue française d'administration publique,* 2015, n°153, p. 281-293

[46] *France Aviation*, septembre 1972, n°213.

compagnie commandite quelques ouvrages historiques, notamment à des journalistes. Le premier est celui de Jean Lasserre, édité par l'association du musée en 2000, qui s'intéresse particulièrement à la flotte française en détaillant la fiche technique des appareils[47]. La compagnie va surtout profiter d'une exposition d'arts décoratifs pour redynamiser son image de marque. En 2003, pour fêter ses 70 ans d'existence, Air France revient sur les représentations graphiques de son identité commerciale, celle « *de l'élégance, du savoir-faire et du savoir-vivre français* »[48]. Du 16 octobre 2003 au 21 mars 2004, le musée de la publicité héberge les artefacts publicitaires de la compagnie, entre affiches et décoration intérieure des cabines. L'exposition suscite l'intérêt des revues spécialisées, qui publient alors quelques articles sur l'histoire d'Air France, comme celui d'Amélie Gastaut, conservatrice en chef au musée des arts décoratifs[49]. Le journaliste Jean-Pierre Thibault édite dans le même temps deux livres, le premier en 2003, *Le roman Air France*[50], le second en 2005, plus évocateur, prenant le nom de *Mythologies à bord*[51]. À la lumière des archives du musée, l'auteur accompagne cette dynamique mémorielle et glorifie le passé de la compagnie nationale. L'historienne de la mode Florence Müller contribue également à cet effort à travers son ouvrage *Élégances aériennes, une histoire des uniformes d'Air France*[52]. Publié en 2004 par l'entreprise, on y retrouve un travail d'archive plus précis et détaillé, s'appuyant sur une matière iconographique fournie, mais dont le propos d'ensemble est lissé et n'investit que très peu les problématiques inhérentes aux uniformes, à savoir leur perspective genrée et leur rôle commercial. Nadia Simony fournit un travail relativement similaire, publié par le Cherche Midi en décembre 2003, mais davantage centré sur les différents corps de métier, du pilote au mécanicien[53].

Ce renouveau de l'intérêt historique pour l'époque glorieuse d'Air France coïncide avec une réalité économique plus sombre. Du fait des exigences croissantes en terme de rentabilité, la compagnie souffre d'une détérioration de la qualité de son service depuis la fin

[47] Jean Lasserre, *Un siècle d'aviation chez Air France*, Éditions du Musée Air France, décembre 2000, 143 p.

[48] D'après le fascicule de présentation de l'exposition, disponible sur le site du musée des arts décoratifs : https://madparis.fr/on-air-une-histoire-d-air-france

[49] Amélie Gastaut, « On Air 1933-2003, une histoire d'Air France », *Beaux-Arts Magazine* n°34, 2003, 32 p.

[50] Philippe-Michel Thibault, *Le roman Air France,* Broché, 2003, 251 p.

[51] Philippe-Michel Thibault *Mythologies à bord,* Gallimard, 2005, 320 p.

[52] Florence Müller, *Élégances aériennes, une histoire des uniformes d'Air France,* Éditions internes d'Air France, 2004, 136 p.

[53] Nadia Simony, *Des métiers et des hommes : Air France, gestes et paroles,* Le Cherche Midi décembre 2003, 151 p.

des années 1980. Au cours des années 2000, la direction commerciale choisit d'investir le service de luxe pour renouer avec l'expérience aérienne exclusive, plus rentable que la massification de son usage[54]. Il n'est pas anodin que ce mouvement commercial s'accompagne d'un ensemble de publications à destination du grand public ; il s'agit de lier les propositions contemporaines à ce que l'élitisme aérien faisait de mieux dans les années 1960. La transformation des appareils en vue de ce programme s'amorce dès le printemps 2004, notamment à travers le réaménagement des Boeing 777-300ER selon trois espaces différents[55]. En étudiant la mise en place du service « La Première », Anne Lambert identifie dans le déploiement d'un service luxueux une transformation des techniques de gestion émotionnelle du personnel navigant[56]. Les hôtesses de l'air sont en première ligne de ce processus, parce qu'elles doivent incorporer le rapport serviciel à la clientèle privilégiée. Cette dernière devrait bénéficier de rapports sociaux sophistiqués et personnalisés, incompatibles avec un service aérien dégradé par sa massification. L'idéal commercial se traduit dans la formation du PNC, dont on exige la naturalisation des rapports de domination si spécifiques au luxe[57]. Le statut d'hôtesse sert à réaffirmer immédiatement, par sa seule présence, la puissance sociale du voyageur : « *leur attitude de déférence doit marquer la supériorité morale et sociale du client* »[58]. En cela, le rôle d'une hôtesse de l'air ne semble pas se différencier du rôle des femmes dans l'accueil. Gabrielle Schütz montre en effet que les jeunes femmes embauchées par de grandes entreprises pour soutenir leurs évènements commerciaux servent avant tout à consolider les identités de pouvoir, essentiellement dans leur dimension masculine et hétéronormée[59]. En tant que professionnelles des relations servicielles, ces femmes doivent se soumettre aux gestes, aux regards et aux paroles de la subordination pour rassurer leur clientèle sur sa capacité à dominer.

[54] Julien Féré, « Etude de cas téléphonie et aérien : les morts de marque, marqueurs de la transformation d'un secteur », dans Julien Féré (dir.), *Le dessous des marques,* Ellipses, 2021, 302 p.

[55] D'après la publication d'une note interne d'Air France, n°4764, 13 mai 2004, disponible au téléchargement. Lien URL : https://www.yumpu.com/fr/document/read/26922587/le-nouveau-boeing-777-300er-rejoint-la-flotte-dair-france

[56] Anne Lambert, « Apprendre à servir et aimer servir », *Actes de la recherche en sciences sociales,* n°230, Mai 2019, pp 108-119

[57] Bruno Cousin et Anne Lambert, « Grandes fortunes et service personnels », *Actes de la recherche en sciences sociales,* n°230, Mai 2019, pp. 4-11

[58] Anne Lambert, *opus. cit.*

[59] Gabrielle Schütz, « Hôtesses d'accueil, les attendus d'un petit boulot féminin pour classes moyennes », Terrains et Travaux, n°10, 2006, pp. 137-156.

L'hôtesse de l'air et son intérêt pour la recherche

Archétype historique des métiers de service, c'est essentiellement dans une perspective de genre que les universitaires se sont intéressé·e·s aux hôtesses de l'air. C'est notamment à travers une étude sur les métiers de l'aérien qu'Arlie Horchschild a théorisé au début des années 1980 la notion de travail émotionnel, pilier conceptuel de la sociologie du travail. Son livre *The Managed Heart* est publié en 1983 mais ne sera traduit en français qu'en 2017[60]. En observant principalement les techniques managériales de Delta Airlines, la sociologue démontre judicieusement que la formation des hôtesses est basée sur le maintien corporel et émotionnel, à savoir leur capacité à rester calme, souriante, sollicitante et disponible. De manière davantage structurelle, le métier d'hôtesse apparait comme un métier à caractère émotionnel car elle répond à la triple exigence définie par Horchschild :

1- elle doit considérer les états émotionnels du client / usager
2- elle doit prendre en compte son propre état émotionnel au regard de la qualité du service fourni, à savoir travailler ses émotions
3- plus important et caractéristique, ce travail émotionnel est supervisé par une hiérarchie et il est strictement règlementé.

Nous retenons principalement que l'hôtesse est située sur le marché du travail selon sa capacité à produire des « *sentiments transformés* »[61].

Étant la première étude universitaire consacrée entièrement aux hôtesses de l'air, Horchschild a largement délimité le territoire d'étude qui intéresse les chercheur·e·s. Vingt ans plus tard, Claire Williams questionne les problèmes de harcèlement en vol depuis la perspective du travail émotionnel, en interrogeant les choix stratégiques des compagnies dans les processus de plainte pour agression[62]. Dans un colloque à Lausanne en 2010 portant sur les métiers de service, Jérémie Legroux renvoie aux spécificités des structures émotionnelles des professionnel·le·s de l'aérien. Selon lui l'impératif de sécurité est au cœur de leur profession. Les PNC doivent mobiliser leurs émotions pour rassurer la clientèle[63]. En 2022, Louis-Marie

[60] Arlie Russell Hochschild, *Le prix des sentiments, au cœur du travail émotionnel,* Éditions La Découverte, 2017, 303 p.

[61] Arlie Russell Hochschild, *opus. cit.* p. 174

[62] Claire Williams, « Sky Service: The Demands of Emotional Labour in the Airline Industry », *Gender, Work and Organization,* vol 10, n°5, 2003, pp. 513 – 550

[63] Jérémie Legroux, « Les structures techniques du travail émotionnel à Air France : l'hôtesse de l'air, le passager et l'avion après 1945 », Communication au colloque Métiers de service, Université de Lausanne, 2-3 septembre 2010

Barnier publie dans la revue numérique *Nacelles* un article dont les bases analytiques reposent fondamentalement sur l'analyse d'Horchschild[64]. La littérature anglophone s'est en fait intéressée très tôt aux rapports qui liaient le genre au système marchand et au système de représentation. Le sillage ouvert par *The Managed Heart* s'est approfondi à la suite d'études sur le monde de l'aviation au prisme du genre, dès les années 1990, notamment à travers les études de l'université canadienne Saint Mary à Halifax. L'historien Albert J. Mills y publie son article pionnier en 1998 dans la revue *Gender, Work and Organisation*, dans lequel il analyse les structures genrées de l'aviation civile anglaise [65]. Il dirige un ouvrage collectif en 2017 qui saisit alors l'aviation civile anglophone (passée comme contemporaine) selon les divers rapports sociaux qui en organisent le monde professionnel et médiatique. Au cœur de la démarche intersectionnelle, *Insights and Research on the study of Gender and Insersectionality in International Airline Culture* sert aujourd'hui de support à la recherche critique sur l'aviation civile[66].

Les hôtesses de l'air bénéficient d'études historiques particulières à la fin des années 2000, éditées sous la forme d'ouvrage. Kathleen M. Barry publie *Feminity in Flight : A History of Flight Attendants* en 2007, livre dans lequel apparaissent les liens évolutifs entre le travail de service aérien et la représentation de la féminité états-unienne[67]. Dans la même perspective, la journaliste Victoria Vantoch propose un récit de l'érotisation progressive des hôtesses au tournant des années 1960 reliant, sans le nommer explicitement, la solidification d'une modernité technicienne à des normes de genres[68]. Les hôtesses de l'air américaines bénéficient donc d'une historiographie relativement solide. Phil Tiemeyer publie quant à lui une étude novatrice sur les stewards, figure moins populaires que celle de leurs homologues féminins, mais elle aussi saisie par des stéréotypes de genre puissamment ancrés. Son ouvrage *Queer Plane* édité en 2013 explore les différentes phases de construction de la figure du steward homosexuel[69]. Il faut souligner que, malgré ces quelques études de référence anglo-

[64] Louis-Marie Barnier, « Hôtesses de l'air : de la statue iconisée au statut revendiqué », *Nacelles* [En ligne], 12 | 2022, mis en ligne le 20 juin 2022, consulté le 18 août 2023. URL : http://interfas.univ-tlse2.fr/nacelles/1669

[65] Albert J. Mills, « Cockpits, Hangars, Boys and Galleys : Corporate Masculinities and the Development of British Airways », *Gender, Work and Organization,* n°3, 1998, pp. 172-188

[66] Albert J. Mills (dir.), *Insights and Research on the study of Gender and Insersectionality in International Airline Culture,* Emerald Collections, 2017, 560 p.

[67] Kathleen M. Barry, *Feminity in Flight: A History of Flight Attendants,* Radical Perspectives, 2007, 328 p.

[68] Victoria Vantoch, *The Jet Sex: Airline Stewardesses and the Making of an American Icon*, University of Pennsylvania Press, 2013, 296 p.

[69] Phil Tiemeyer, *Plane Queer, Labor, Sexuality, and AIDS in the History of Male Flight Attendants,*University of California Press, 2013, 510 p.

saxonnes, les hôtesses et les stewards ne bénéficient pas de la même attention historienne que l'on prête aux pilotes : véritables icônes historiques, ils ont contribué à fabriquer des références genrées incontournables au XX^{ème} siècle.

Du côté de la littérature francophone, la recherche historique sur les hôtesses de l'air est presque inexistante. On ne peut citer que le travail doctoral de Vanessa d'Hooghe qui s'intéresse aux salariées de la Sabena[70]. Étendard d'une profession féminine, elle revient sur les discriminations genrées que subissaient les salariées de la grande compagnie nationale belge. Si on retrouve des problématiques communes à Air France, les travailleuses de la Sabena ont la spécificité de s'organiser conjointement au mouvement d'émancipation des femmes. Le Belgian Corporation of Flying Hostess, né en 1971, affine son discours politique au contact des militantes féministes[71]. D'ailleurs la syndicaliste M. Genonceaux publie dans les cahiers du GRIF (Groupe de recherche et d'information féministe créé en 1973) une lettre ouverte au président de la Sabena, dans laquelle elle revendique une parité de traitement, à savoir « *un même droit au travail, un accès normal aux promotions et une pension légale* »[72].

Majoritairement syndiquées au Syndicat national du personnel navigant commercial (SNPNC), les hôtesses de l'air françaises se greffent à des luttes principalement corporatistes visant à valoriser leurs compétences professionnelles. C'est ce sur quoi travaille Louis-Marie Barnier, qui dans le cadre de ses recherches en sociologie du travail, est amené à historiciser la profession PNC, notamment pour comprendre à quel endroit se noue le rapport de force qui lie les syndicats à la direction[73]. Sa thèse soutenue en 2005 à Nanterre traite de la question du travail aérien dans sa diversité, en analysant les ressorts de sa valorisation et les conditions de sa dégradation. En consacrant une partie entière aux PNC, il évoque la thématique des rapports de genre, incontournables, sans pour autant en faire sa ligne analytique privilégiée[74]. Le travail historique repose en majorité sur des sources de seconde main, par le biais de

[70] Vanessa D'Hooghe, *« Hôtesse de l'air. Origines et évolutions « d'une profession de rêve… » en Belgique (1946-1980).* Le Cri Editions, 2012. 402 p.

[71] *Vanessa D'Hooghe, opus. cit, p. 159*

[72] M. Genonceaux, « Tout ce qui brille n'est pas or », *Les cahiers du GRIF,* n°4, 1974, L'insécurité sociale des femmes, pp. 44-45

[73] Louis-Marie Barnier, « Personnel navigant commercial, d'un savoir intuitif à un savoir d'expertise ». *Formation emploi*, n°2, vol. 67, numéro spécial « Activités de travail et dynamique des compétences », 1999, pp. 26-46

[74] Louis-Marie Barnier, « Entre service public et service privé, la valorisation du travail dans le transport aérien », thèse de doctorat en sociologie, sous la direction de Patrick Rozenblatt, Université Paris X, Nanterre, 2004. 446 p.

journalistes, comme Pierre Serval qui entreprend une étude documentaire sur les hôtesses en 1959[75], ou par le biais de l'encadrement d'Air France lui-même, comme le rapport PNC de Maurice Delaigue de 1983, un cadre de la direction des opérations aériennes[76].

La recherche francophone sur les PNC les appréhende davantage dans une perspective sociale plutôt que dans une perspective culturelle[77], terrain d'écriture monopolisé par l'identité commerciale d'Air France. La plupart des publications scientifiques analyse les conditions contemporaines d'exercice du travail de navigant. L'article de Gérard Dubey et Renaud Martin s'intéresse à la vie affective et sexuelle des collectifs navigants, envisagée comme centrale dans l'identité professionnelle[78]. Sophie Poirot-Delpech actualise cette analyse en proposant une étude davantage centrée sur les espaces de sociabilité (au sein de l'avion comme dans les temps d'escale)[79]. Cette perspective presque anthropologique vise surtout à évaluer la formation de collectifs professionnels dans ce que Zygmunt Bauman qualifie de « *modernité liquide* »[80], à savoir la reconfiguration permanente des formes sociales propres à ce que d'autres ont nommé « le postmodernisme ». La rapidité avec laquelle se font et se défont les équipages a surpris les scientifiques, car on pourrait y voir une loupe particulièrement grossissante d'un phénomène plus général. Antonia Gueudar Delahaye poursuit le même objectif de recherche, selon une approche davantage psychologisante, en interrogeant la sociabilité navigante au regard des termes d'équipe et de famille[81].

Un autre champ de la sociologie du travail se focalise sur les rythmes de carrière, afin de visibiliser les inégalités structurelles qui en régissent le développement. Anne Lambert et Delphine Rémillon observent que le métier PNC s'inscrit dans une distribution genrée des persepectives professionnelles. Alors que le collectif PNC se défend d'être un des rares métiers où règne l'égalité homme / femme[82], les sociologues montrent que les carrières

[75] Pierre Serval, *Hôtesses de l'air*, Reportages, 1959, 166 p.

[76] Maurice Delaigue rédige en 1983 la brochure, *PNC, un métier neuf*. Archive disponible au musée Air France.

[77] Louis-Marie Barnier, *Être hôtesse de l'air ou steward,* Éditions Lieux Dits, 2011, 96 p.

[78] Gérard Dubey et Renaud Martin « Les coulisses du ciel ». In *Quaderni*, n°44, Printemps 2001, les industries de l'évasion, pp. 89-100

[79] Sophie Poirot-Delpech, « Le collectif éphémère sur le personnel navigant sur les long-courriers », dans *Socio-Anthropologie*, Dossier « Des collectifs éphémères », n°33, 2016, pp. 127-141

[80] Zygmunt Bauman, *La vie liquide*, Fayard, 2013, 266 p.

[81] Antonia Gueudar Delahaye, « Faire équipe entre terre et ciel : le cas des navigants aériens », *Nouvelle revue de psychologie,* 2012, n°14, pp. 51-66

[82] Entretien avec Maud Ortun, « Le savoir-faire organisationnel d'une hôtesse de l'air », publié dans les *Séminaires de la vie collective,* Ecole de Paris du management, 12 février 2004

évoluent selon deux temporalités marquées : temps partiel pour les hôtesses avec des enfants, temps plein et accès facilité aux promotions pour les stewards[83]. Anne Gilet et Diane-Gabrielle Tremblay prolongent cette idée de temporalités différenciées entre les hommes et les femmes de l'air, en prouvant que, malgré les spécificités horaires du collectif navigant, les charges domestiques pèsent davantage sur les femmes[84]. La capacité organisationnelle d'une hôtesse de l'air est d'ailleurs analysée en tant que telle par Maud Ortun, une cheffe hôtesse d'Air France interrogée par l'école de Paris du management. Elle assure que la capacité primordiale d'une bonne hôtesse est la gestion de son temps[85]. Au regard de la littérature actuelle, l'organisation des différents temps de vie est une condition de la survie professionnelle de l'hôtesse : malgré son absence répétée et continue, elle cumule son travail de service avec son travail de femme, qu'elle ne peut assurer qu'au profit d'une organisation intégrale de ses plans de vie et de leur superposition. Étant mère de famille, Charline nous explique :

> « *Vous imaginez que vous avez une panne d'avion, que les enfants sortent à quatre heures et demie, et qu'au lieu de vous poser à midi, vous êtes en panne à « pétaouchnock », vous n'êtes pas à l'école : plan B (...). C'est papi mami, c'est une copine, le plan C c'est la voisine, le plan D c'est la maîtresse [rires]. Ça va super loin. Mais je crois que toutes vous diront ça. Toutes celles qui ont survécu dans ce métier vous diront ça, les autres sont parties. Si vous n'imaginez pas tout ce qui peut se passer avant, ça devient vite l'horreur* »[86].

En regardant les dates de publications des articles scientifiques, on voit se refléter dans la production académique la transformation réelle du métier. Les publications de Louis-Marie Barnier se saisissent de la conflictualité sociale d'Air France, pour réactualiser la bataille historique des hôtesses et des stewards qui, depuis leur création, désirent valoriser des compétences professionnelles que la direction commerciale leur néglige. Cette dimension, si elle n'a pas totalement disparu du panorama académique, semble perdre en importance au

[83] Anne Lambert, Delphine Rémillon, « Une marche vers l'égalité en trompe l'œil. Disponibilité biographique et inégalités de carrière des stewards et des hôtesses », dans Travail et Emploi, n°154, avril-juin 2018, pp. 5-41

[84] Anne Gilet et Diane-Gabrielle Tremblay, « Working in the Air : Time Management et Work Intensification, Challenges for Workers in Commercial Aviation », *Open Journal of Social Sciences*, 2021

[85] Maud Ortun, *opus. cit.*

[86] Donnée d'entretien personnelle.

profit d'une perspective psychologisante : on s'interroge plus sur les spécificités du travail navigant que sur sa dimension originelle, à savoir celle d'un salariat tout à fait neuf qui s'inscrit dans un rapport de force vis-à-vis de sa direction. Sans doute est-ce parce que les PNC incarnent, encore aujourd'hui, une sorte de modernité.

L'hôtesse ou l'aménagement des rapports de genre modernes

Décrite invariablement comme une profession « *moderne* » par nos sources, l'hôtesse de l'air est intimement liée à l'appareil discursif de la modernité. Comme un éléphant au milieu de la pièce, il est impossible d'échapper à la question suivante : qu'est-ce que la modernité ? Sans se risquer à en donner une réponse philosophique, nous privilégions les pistes historiographiques qui définissent les modalités de son expression à travers l'histoire, notamment sous la forme de mobilisations culturelles et discursives, particulièrement repérables dans le champ de l'aviation. Au sein de ce cadre épistémologique, nous verrons qu'il est possible de comprendre les relations de genre comme une manifestation du dispositif moderne.

L'hôtesse et l'avion, au cœur d'une histoire matérialiste de la modernité

L'aviation civile comme étendard historique du projet moderne

L'hôtesse de l'air présente l'intérêt fondamental d'être une effigie de l'aviation marchande. Une synthèse sur le personnel des compagnies aériennes, commanditée par le ministère des transports en 1982, affirme sans détours que l'étude d'une profession aérienne doit intégrer des éléments qui lui sont a priori extérieurs, à savoir son environnement économique et technique ; la profession aérienne n'existe que dans son lien étroit à la machine[87]. On ne peut que donner raison à cette ligne analytique. Le secteur aérien est un espace d'étude privilégié de l'enchevêtrement de la sphère technique et économique, dont les rapports sont historiquement organisés par l'État selon « une logique d'arsenal » avant d'être pilotés par le marché[88]. L'influence gigantesque du secteur aérien sur le monde économique s'observe particulièrement dans l'explosion du modèle low-cost. Il représente 9% des parts du marché européen en 2002 contre 40% en 2017[89]. Si ce n'est pas l'avion qui inaugure le rêve néolibéral de la compression maximale des coûts fixes, c'est pourtant lui qui intègre le plus massivement ce modèle économique, jusqu'à en devenir l'emblème culturel et une source d'inspiration pour d'autres secteurs (notamment celui de la grande distribution). En tant

[87] Hélène Florence-Alexandre et Georges Ribeill, *Le personnel des compagnies aériennes, les évolutions majeures de l'après-guerre à nos jours. Déterminants techniques et économiques, conséquences professionnelles*. Ministère de la recherche, Ministère des Transports, 1982, 169 p.

[88] Med Kechidi, Damien Talbot, « Les mutations de l'industrie aéronautique civile française: concentration, externalisation et firme-pivot », *Entreprises et Histoire,* 2014, Brève histoire, 2013/4 (73), pp.75-88.

[89] Emmanuel Combe, *Le low-cost*, La Découverte, 2019, 128 p.a

qu'objet d'étude, l'avion ouvre en plus une fenêtre sur la recomposition du monde social au deuxième XX^{ème} siècle, car la physionomie initiale du marché aérien se structure autour d'une clientèle très spécifique, riche et mobile. Les observateurs annoncent que les compagnies aériennes deviennent de ce fait « *le lieu privilégié de l'argumentation publicitaire et de l'enquête sociologique* »[90].

L'histoire de l'aviation ne saurait se réduire à l'historiographie économique ou militaire[91]. Plusieurs travaux ont déjà mis en valeur l'attractivité qu'elle exerce sur les imaginaires depuis la fin du XIX^{ème} siècle[92]. Elle structure profondément les représentations des sociétés occidentales, pouvant incarner tantôt le prestige national, en tant que vitrine du complexe technico-militaire, tantôt la mondialisation tardive[93]. Selon ses acteur·ice·s, le transport aérien contribuerait même à l'homogénéisation de la culture moderne : lors du colloque international de 1967, des membres de l'Institut du transport aérien parlent d'une « *personnalité* » de l'aviation, « *que l'on ne retrouve pas au même degré pour les autres moyens de transport* »[94]. James Gormly montre comment le développement de l'aviation civile ghanéenne et guinéenne sert de projection au récit national après l'indépendance, selon les modalités de la modernité et du développement[95].

Écrire l'histoire culturelle de l'aviation revient à écrire l'histoire d'un dispositif. Nous comprenons ce concept dans son sens foucaldien, à savoir un ensemble organisé de technologies hétérogènes qui vise à perpétuer des formes de l'organisation sociale dominante[96]. Le dispositif aérien comprend des institutions, des règles, des techniques et une organisation économique spécifique, dont le fonctionnement global s'adosse entièrement à une idéologie, notamment repérable à la manière dont s'organise la narration d'un tel dispositif[97]. Signe que l'historiographie s'est progressivement élargie dans sa compréhension

[90] Hélène Florence-Alexandre et Georges Ribeill, *opus. cit.* p. 14

[91] Dominique Faria, Alan Dobson, Antonio Monteiro, Luís Nuno Rodrigues (Dir.), *L'aviation et son impact sur le temps et l'espace,* Éditions Le Manuscrit, 2019, Exotopies, Maria de Jesus Cabral; Ana Clara dos Santos, 9782304047561. ffhal-03561882f

[92] Marie Thibaud-Sorger, Nathalie Roseau (dir.), *L'emprise du vol*, Genève, MetissPress, 2013, 208 p.

[93] Emmanuel Chadeau, *Le rêve et la puissance, l'avion et son siècle*, Paris, Fayard, 1996, 440 p.

[94] *France-Aviation,* n°148, mars 1967

[95] James Gormly, « Lesser Developed Nations, Modernity, Aviation, and the Cold War: Ghana, 1957- 1966 », in Dominique Faria, Alan Dobson, Antonio Monteiro, Luís Nuno Rodrigues (Dir.), *opus. cit.*

[96] Georgio Agamben, *Qu'est-ce qu'un dispositif*, Rivages Poche, 2014, 80 p.

[97] Michel Foucault, *Surveiller et punir*, Gallimard, 1975, 375 p.

du « plus lourd que l'air », la revue numérique *Nacelles,* fondée en 2016, se fixe pour objectif d'observer, entre autres, les évolutions de cette culture aérospatiale[98]. Nathalie Roseau et Marie Thébaud-Sorger s'accordent même pour définir une « *culture moderne* » liée à l'émergence du fait aérien, redéfinissant le regard que l'humain porte sur son environnement (notamment en surinvestissant les perspectives qu'offre le vol sur la représentation d'un espace)[99].

Le récit de l'aviation se développe massivement dès la fin du XIX^{ème} siècle grâce aux presses à grands tirages, à travers les estampes, les photos ou encore les cartes postales[100]. Au tournant des années 1900, on considère avec optimisme les efforts d'ingénierie pour voler plus vite et plus loin, l'avion étant l'avatar le plus spectaculaire de la technique. En témoigne le futurisme, courant artistique avant-gardiste des années 1910, pour lequel l'esthétique de la vitesse et la fétichisation de la puissance militaro-industrielle sont au cœur d'un projet de rénovation du monde social[101]. La vitesse, consacrée pleinement par l'aéroplane, devient une échappatoire : la belle vie moderne s'acquiert par le mouvement et la force, par l'énergie mécanique, usinière, fiévreuse et conquérante[102]. En identifiant une ramification fascisante du projet futuriste, Guillaume Lecomte suggère que l'avion ne peut être compris comme une technique neutre. Il est investi, dès les premiers jours de son existence, par des imaginaires politiques. Hitler l'utilisera notamment lors de sa campagne législative de 1932 en « *volant au-dessus de l'Allemagne* », afin de renvoyer une image résolument moderne, capable de rompre avec les élites vieillissantes de la république de Weimar[103]. Dans son étude philosophique de la vitesse, Paul Virilio est encore plus radical quant au rôle de l'aéronef. Il n'évalue aucune différence philosophique entre le rôle militaire des techniques et leur application civile, les deux étant chargés d'une mission destructrice des espaces. Il écrit en 1977 que la « *valeur stratégique du non-lieu de la vitesse* » a désormais supplanté le lieu

[98] Revue *Nacelles*, section Présentation. Lien URL : https://interfas.univ-tlse2.fr/nacelles/72

[99] Nathalie Roseau et Marie Thébaud-Sorger, « Introduction », dans Nathalie Roseau et Marie Thébaud-Sorger (dir.), opus. cit.

[100] Guillaume de Syon, « La grande nouvelle aérienne. Passion et peur de l'aviation au travers de la carte postale (1890-1914) », dans Nathalie Roseau et Marie Thébaud-Sorger (dir.), *L'Emprise du vol,* MetisPresses, Genève, 2013, 205 p.

[101] Guillaume Lecomte, (2019) « Futurisme et fascisme italien : la vitesse technique comme vecteur du pouvoir politique moderne » [Mémoire de master, Université du Québec à Montréal]

[102] « Le Futurisme », *Le Figaro,* 20 février 1909.

[103] Jean-Marie Flonneau, *Le Reich allemand, de Bismarck à Hitler (1848-1945)*, Armand Colin, 2003, 320 p.

physique. Le territoire moderne a perdu son sens spatial jusqu'à « devenir projectile » et l'avion, surtout supersonique, est largement responsable de sa dévitalisation physique[104].

L'avion ou la réalisation de la culture de l'accélération

L'histoire des techniques a révélé combien l'apparition d'une technologie, sa commercialisation et sa survie culturelle, relève fondamentalement de choix politiques. La modernisation du système productif, depuis la fin XVIIIème siècle, s'accompagne souvent de mouvements de résistance plus ou moins institutionnalisés, des luddites jusqu'aux mobilisations anti-nucléaire. Une partie de l'historiographie francophone interroge cette capacité du régime technicien à survivre aux discordances qu'il suscite : l'adhésion au projet moderne n'a jamais été totale ou homogène, elle est socialement située et se trouve au cœur d'une bataille idéologique[105]. L'investissement affectif dans le projet de modernisation industrielle, que certains sociologues des années 1960 décrivent « *comme un aimant qui attire nécessairement toute vie humaine* »[106], est structurant de l'économie morale bourgeoise. Cette dernière se définit par un ensemble cohérent d'émotions, de valeurs et d'obligations sociales mis en circulation au contact d'autres économies morales, dans un jeu complexe d'enchevêtrements, de superpositions et de frictions[107]. L'amour de la technique est socialement révélateur : à mesure que se mécanisent le travail et les modes de vie (à travers l'industrie textile et le chemin de fer par exemple), elle devient une référence attractive ou répulsive. Elle polarise le champ politique avec d'autant plus de force qu'elle mobilise les valeurs de progrès ou de domination : on la retrouve au cœur du déchirement « pro / anti vax » lors de la dernière séquence pandémique. C'est notamment dans ce qu'elle accélère les devenirs humains que la modernité fascine et effraie simultanément (à la manière du déraillement de Meudon en 1842[108]).

[104] Paul Virilio, *Vitesse et politique : essai de dromologie,* Éditions Galilée, 1977, p. 131

[105] François Jarrige et Julien Vincent (dir.), *La modernité dure longtemps,* Editions de la Sorbonne, 2020, 318 p.

[106] Clark Kerr et al., Industrialism and Industrial Man. The Problem of Labor and Management in Economic Growth, Harvard University Press, Cambridge (Mass.), 1960, p. 187-192. Cité dans François Jarrige, *Technocritiques, du refus des machines à la contestation des technosciences*, La Découverte, Paris, 2014, 434 p.

[107] Didier Fassin, « Les économies morales revisitées », *Annales HSS*, n°64-6, 2009, pp. 1237- 1266

[108] Emmanuel Fureix et François Jarrige, « Chapitre 3 : modernité(s) culturelle(s) », dans Emmanuel Fureix et François Jarrige, *La modernité désenchantée, relire l'histoire du XIXème siècle français,* La découverte, 2015, 420 p.

Les philosophes d'inspiration hégélienne définissent cette modernité comme une accélération du rythme de l'histoire. Christophe Bouton, en étudiant cette dernière dans une perspective généalogique, analyse un enracinement profond de l'idée d'accélération dans le paysage intellectuel européen. Cette idée se serait particulièrement sédimentée en fonction des avancées technologiques, notamment en matière de transport[109]. La modernité se reconnaît à son régime d'historicité. En début de siècle, Gramsci signalait déjà que la particularité de la révolution bourgeoise de 1789 est d'avoir su imposer un regard sur l'histoire. La bourgeoisie s'est dotée d'une mémoire et d'un programme. Le Progrès, à savoir le grand récit du développement moral et économique de l'humanité (restreinte dans sa définition), est au cœur du système idéologique dominant[110]. L'accélération du rythme de l'histoire est une conséquence de ce système narratif, qui autorise l'avenir à se réaliser dans chaque innovation technique. Christophe Charle définit même la modernité comme un « *futur au présent* »[111]. La prétention hégémonique de ce projet, résolument optimiste, se retrouve dans la production culturelle occidentale sur toute l'époque contemporaine. En travaillant sur les expositions universelles, Pascal Ory témoigne par exemple de la pérennité du lien qui unit l'utopie moderne à l'exhibition technologique[112]. L'exposition de Dubaï – initialement prévue pour 2020 – avait d'ailleurs pour thématique « *connecter les esprits, créer l'avenir* ». Elle insiste sur la fabrique technologique des réseaux sociaux et sur leur capacité de transformation des destinées humaines, vouées à augmenter irrémédiablement leur volume de communication et la rapidité des échanges.

Au-delà des paramètres économiques, c'est l'ensemble du tissu social qui semble accélérer avec l'industrialisation du XIX^{ème} siècle, où déjà l'idée d'accélération de l'histoire se confondait avec une étrangeté au présent et se renforçait dans la délégitimation politique de la

[109] Christophe Bouton, *L'accélération de l'histoire, des Lumières à l'Anthropocène*, Éditions du Seuil, 2022, 322 p. Il commet pourtant l'imprécision, à nos yeux, d'indifférencier les systèmes techniques. Il rassemble le chemin de fer, l'automobile ou l'avion par leur fonction de compression des distances. Or, une analyse plus fine de chaque ensemble permettrait d'en révéler les spécificités socio-culturelles et, par conséquent, d'envisager une histoire de la réception du concept d'accélération dans les populations. L'accélération de l'histoire présente en effet un intérêt restreint si elle n'existe que sous une forme conceptuelle, incapable de mobiliser des imaginaires ou des ressentis.

[110] Yohann Drouet, « Affronter la crise de la modernité. Hégémonie et sens de l'histoire chez Gramsci », *Actuel Marx,* n°68, 2020, PUF, pp. 175-192

[111] Christophe Charle, *Discordance des temps. Une brève histoire de la modernité*, Le temps des idées, Paris, Armand Colin, 2011, 494 p.

[112] Pascal Ory, « Les expositions universelles, de 1851 à 2010 : les huit fonctions de la modernité », *dans,* Duanmu Mei et Hugues Tertrais (dir.), *Temps croisés*, Paris, éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2010, pp. 225-233

tradition[113]. Hartmut Rosa propose le concept « *d'accélération sociale* » au regard des dynamiques co-évolutives de différents dispositifs modernes (le travail, le numérique ou les relations affective)[114]. En s'alimentant mutuellement, ces derniers génèrent un rythme de transformation des structures si rapide qu'il compriment nos temporalités subjectives. Si cette systématisation théorique nous semble imparfaite[115], elle réaffirme que la condensation des unités de temps individuels et collectifs – dont le projet est entièrement contenu dans le mot « productivité » – est au cœur de l'appareil idéologique de la modernité, classique comme tardive. On retrouve ainsi, tout au long du XX^{ème} siècle, des stratégies publicitaires basées sur la vitesse dans des secteurs qui n'ont rien à voir avec la mobilité. Moulinex cherche à élargir son marché dans l'électroménager au début des années 1960, en argumentant que ses robots sont acteurs de la libération féminine en leur faisant gagner du temps[116]. Cette historiographie de l'accélération nous semblait nécessaire pour comprendre le développement de l'aviation civile, dont le leitmotiv historique est d'accélérer les déplacements humains et de comprimer les distances. Encore aujourd'hui le champ commercial de l'aviation marchande insiste fortement sur la mobilité de ses usager·ère·s. Dans une pub récente, Delta Airlines célèbre la connectivité de sa cabine en montrant une femme qui accompagne par visio-téléphonie sa vie familiale. Le slogan qui l'accompagne parle de lui-même : « *avec Delta, ne perds jamais un moment* ».

À mesure que se développe la consommation populaire au début du XX^{ème} siècle, grâce à la massification du crédit individuel à la consommation et au développement des techniques publicitaires[117], le champ commercial devient un support efficace de diffusion de l'idéologie moderne. Edward Bernays, membre de la commission Creel de 1917, s'intéresse

[113] Alexandre Escudier, « *Le sentiment d'accélération de l'histoire moderne : éléments pour une histoire* », *Esprit,* juin 2008.

[114] Hartmut Rosa, *Accélération, une critique sociale du temps*, La Découverte, 2010, 474 p. Les structures capitalistes (pour qui l'accélération des flux prend une valeur quasi-ontologique) se confondent avec le dispositif culturel (dont la mobilisation marchande atteint un niveau sans doute jamais égalé depuis l'usage massifié d'Internet) et le dispositif social, dans lequel l'auteur observe la densification des rythmes de vie tant sur le plan affectif que matériel. Cette densification est identifiable psychologiquement par l'urgence et la pression constamment ressentie et exprimée, économiquement par la massification des technologies de communication, sociologiquement par la mutation rapide des structures familiales et professionnelles.

[115] Il semble que personne ne puisse vivre de manière continue cette accélération tant le rythme d'une vie peut être dilatée, que ce soit par l'exode migratoire, par la puissance affective d'un décès proche, par une dépression chronique, ou, plus prosaïquement, par l'empilement de souvenirs qui font le quotidien des plus âgés.

[116] Jackie Clarke, "Work, Consumption and Subjectivity in Postwar France: Moulinex and the Meanings of Domestic Appliances 1950s-70s", in *Journal of Contemporary History*, vol 47, n°4, 2012, pp. 838-859

[117] Anaïs Albert, « Les discordances de la consommation populaire à Paris à la Belle Epoque », *dans* François Jarrige et Julien Vincent (dir.), *opus. cit.*

dès la fin de la première guerre mondiale au pouvoir de la publicité : une entreprise vend davantage si elle vend une identité sociale plutôt qu'un simple produit. La campagne qu'il mène avec l'American Tobacco Corporation pour faire fumer les femmes est un des exemples les plus connus[118]. Du fait de cette imbrication entre le champ commercial et le dispositif culturel, il est permis d'évaluer avec précision comment la narration moderne pénètre toutes les couches de la société. De plus, faire l'histoire des marchandises incite à rompre avec la raison scolastique que dénonçait Pierre Bourdieu, attribuant un régime d'historicité à la seule étude de la production intellectuelle[119].

L'analyse culturelle du secteur marchand impose cependant un travail rigoureux de sélection. Certains systèmes productifs sont plus investis que d'autres par le dispositif idéologique dominant. Le coût marginal de la consommation est un indicateur susceptible de mesurer le niveau d'investissement idéologique dans un secteur commercial donné. La plupart des biens marchands sont divisés en tranches successives de satisfaction, qui répondent dans un ordre décroissant aux besoins du consommateur. Si l'utilité marginale est déterminante dans l'élaboration du prix, c'est avant tout la signification sociale que propose l'objet qui détermine sa valeur et, par extension, son importance dans la construction d'une identité sociale, plus ou moins perméable aux discours hégémoniques. L'habit, par exemple, satisfait d'abord le besoin primaire de se chauffer avant de répondre au besoin marginal « d'être à la mode », qui est néanmoins prépondérant dans l'élaboration du prix. L'aviation marchande fonctionne de manière similaire : les premières classes, qui constituent une manne financière importante, sont disposées à augmenter le prix du billet pour gagner en confort de vol, sans toutefois améliorer la sécurité ou la rapidité du trajet[120]. L'avion, en plus d'être un étendard historique de l'idéologie moderne, devient son ambassadeur privilégié à mesure qu'il pénètre différents espaces culturels de nos sociétés.

L'histoire socio-économique de la France

[118] Edward Bernays, *Propaganda*, Broché, 2007, 141 p.

[119] Pierre Bourdieu, *Méditations pascaliennes*, Seuil, 1997, 322 p.

[120] D'après le rapport du SGAC, note sur « une méthode desserte et tarification du transport aérien », 1974, disponible aux Archives Nationales. Extrait du rapport rédigé par Jacques Guerber, « tarification du transport aérien ».

Pour identifier les dynamiques historiques propres à notre objet, nous nous appuyons également sur l'histoire sociale de la France. L'historiographie actuelle identifie la période des années 1968 (dont leur acceptation la plus large s'étale de 1963 à 1979[121]) comme un moment de rupture entre deux formes du système productif ; on envisage ainsi le deuxième XX^{ème} siècle comme une séquence de recomposition du capitalisme occidental selon trois phases majeures. Après la seconde guerre mondiale, le paysage socio-économique se reconstruit dans la dynamique du consensus keynésien, où l'État alimente un capitalisme hérité du fordisme et pilote la réception d'une culture de la consommation de masse[122].

L'entrée en crise de ce modèle au tournant des années 1968 – dont la florissante littérature retient particulièrement les transformations culturelles et les recompositions politiques[123] – annonce une reconfiguration des structures productives. Du point de vue de l'histoire culturelle, Jean-François Sirinelli définit même les années 1960 comme « *un partage des eaux* », séparant deux « *bassins chronologiques* »[124] : le premier puise dans l'histoire guerrière de la France (1870-1962) tandis que le deuxième s'en écarte, irrigué par les aspirations pacifistes et européennes des baby-boomers.

Les années 1970 marquent en définitive un moment charnière, dans laquelle l'État et le patronat français envisagent une refonte du dialogue social, particulièrement visible dans les entreprises nationalisées de construction aéronautique comme l'Aérospatiale[125]. Sur le plan international, le choc pétrolier de 1974 concorde avec une transformation des outils de production (notamment via la numérisation des machines-outils) et des techniques managériales. Enfin, la nouvelle hégémonie néolibérale, dont l'histoire française est triplement marquée par l'élection de Margaret Thatcher en 1979, par celle de Ronald Reagan en 1981 et par le tournant austéritaire de 1983 qu'entreprend le gouvernement de Pierre Mauroy, annonce une victoire politique et culturelle du capitalisme tardif[126]. L'ouvrage d'Ève

[121] Xavier Vigna, *L'insubordination ouvrière dans les années 68, essai d'histoire politique dans les usines,* Presse Universitaire de Renne, 2007, 384 p.

[122] Michel Feher, *Le temps des investis*, La Découverte, 2017, 192 p.

[123] Serge Audier, *La pensée anti-68*, La Découverte, 2009, 433 p.

[124] Jean-François Sirinelli, *opus. cit.*

[125] Clair Juilliet, 2018, *Bâtir les relations professionnelles sous l'égide de l'État : conflits et consensus socio-économiques dans un établissement de construction aéronautique français* (1943-1978), [Thèse de doctorat en histoire], sous la direction de Jean-Marc Olivier, Université Jean-Jaurès Toulouse 2, 2018,

[126] Fredric Jameson, *Le postmodernisme, ou la logique culturelle du capitalisme tardif*, Beaux Arts de Paris les éditions, 2011, 608 p.

Chiapello et de Luc Boltanski, focalisé sur l'évolution du dispositif discursif du capitalisme, propose par ailleurs une analyse des transformations idéologiques dans l'environnement professionnel cohérente avec ce modèle chronologique[127]. Cette victoire s'exprime également dans la déliquescence du bloc communiste (internationale comme nationale), dont les répercussions se retrouvent dans la production historiographique.

La célébration médiatique du concept de Trente Glorieuses, captée dès sa conceptualisation par le dispositif universitaire et pédagogique[128], vient célébrer une vision optimiste du développement économique alors menacé par le ralentissement des années 1970. En livrant une analyse positiviste de l'histoire, l'histoire économique dominante se rattache à une légende dorée de la croissance, dont les bienfaits sociaux ont été perceptibles par les générations européennes d'après-guerre. À défaut d'être rigoureux, ce discours cherche avant tout à conforter le paradigme économique capitaliste aux yeux de la population, dont les capacités économiques diminuent[129]. Les travaux récents pointent du doigt une notion qui relève davantage d'un « *mythe historiographique* », venant dissimuler « *les ravages de la « haute croissance » et la complexité des attitudes et réactions des acteurs qui vivent ces mutations* »[130]. La période 1945-1975 n'est pas un bloc homogène de croissance économique. Néanmoins, la césure provoquée par la crise pétrolière vient effectivement clôturer une séquence optimiste, autour de laquelle plusieurs secteurs phares du développement industriel et commercial ont cimenté leur identité, comme l'industrie nucléaire, le génie civil, ou le secteur de l'aviation commerciale.

L'histoire locale du service en cabine s'insère dans une histoire plus large du transport aérien et du devenir économique d'Air France, mais également dans le récit global des grandes transformations du tissu socio-économique français. Cette perspective méthodologique doit beaucoup à l'apport de la microstoria, qui consiste à télescoper des territoires et des temporalités selon différentes échelles d'analyse. L'école italienne insiste notamment sur la double capacité des acteurs et des actrices historiques à incarner leur époque (en tant qu'agent.e.s des déterminismes sociaux), tout en construisant leurs propres grilles

[127] Luc Boltanski et Ève Chiapello et, *Le nouvel esprit du capitalisme,* Gallimard, 1999, 843 p.

[128] Jean Fourastié, *Les trente glorieuses ou la révolution invisible de 1946 à 1975,* Fayard, Paris, 1979.

[129] Rémy Pawin, « Retour sur les Trente Glorieuses et la périodisation du XX^{ème} siècle », *Revue d'histoire moderne et contemporaine,* 2013, n°60, pp. 155-185

[130] François Jarrige, *Technocritiques, du refus des machines à la contestation des technosciences*, La Découverte, Paris, 2014, p. 229

d'identification et leurs propres systèmes de représentations[131]. Nous suggérons que le PNC d'Air France s'insère parfaitement dans ce système historien. En tant qu'images commerciales d'une entreprise aérienne, iels sont investi·e·s des significations propres à l'époque d'après-guerre. En tant que groupe professionnel tout à fait nouveau, iels inventent en revanche une réalité corporatiste qu'iels doivent fabriquer avec le matériel à disposition (état de lieux juridiques, culture du travail commun, expériences subjectives, récits collectifs, etc.).

Pour une histoire matérialiste de la culture moderne au deuxième XX^ème siècle

L'historiographie francophone taille une large part à l'histoire culturelle, dont la méthodologie est valorisée, notamment dans sa compréhension du rôle social des objets[132]. La récente *Revue d'histoire culturelle XVIIIème - XXIème siècle* retrace l'épistémologie de cette histoire matérialiste, qui s'écrit vraisemblablement selon deux axes majeurs : « *l'histoire des objets et l'histoire par les objets* »[133]. Fait intéressant, le rapport aux produits de la société de consommation a immédiatement interrogé ses contemporain·e·s[134]. La science historique confirme qu'ils sont immédiatement chargés de significations politiques, particulièrement dans l'assignation des rôles de genre[135]. Entre 1971 et 1973, par exemple, le mouvement de libération des femmes (MLF) publie une revue explicite de signification : « *Le torchon brûle* ». L'usage massifié de l'automobile, des magazines de mode, des produits d'hygiène et de beauté, traduit des configurations culturelles spécifiques au deuxième XX^ème siècle[136]. En empruntant cette méthodologie, l'histoire de la modernité par l'avion est féconde car elle vient fixer un ensemble de dispositions culturelles propres à la modernité, notamment celles qui s'articulent à la mobilité, à la richesse, à la technicité. L'hôtesse de l'air joue le rôle majeur d'établir un lien entre l'objet moderne (l'avion), son usage social (le voyage d'affaire

[131] Carlo Ginzburg, *Le fromage et les vers*, 2014, Aubier, 302 p.

[132] Jean-François Sirinelli, « Réflexion sur l'histoire et l'historiographie du XX^ème siècle français », *XX^ème siècle,* n°626, 2005, pp. 609 - 625

[133] Fabien Archambault, Manuel Charpy, Clément Fabre et Pascale Goetschel, « Histoires matérielles, table ronde avec Fabien Archambault, Manuel Charpy, Clément Fabre et Pascale Goetschel », *Revue d'histoire culturelle XVIII^ème- XXI^ème siècle,* n°4, 2022

[134] Le roman de Georges Perec est très fréquemment cité par la communauté historienne contemporanéiste : dans la lignée ouverte par les *Mythologies* de Barthes, il offre un recul analytique de la vague consumériste qui transforme profondément la société française. L'analyse de Kristin Ross à ce sujet est particulièrement réussie. Georges Perec, *Les choses, une histoire des années 1960,* Julliard, 1965, 123 p.

[135] Fanny Gallot, « Appropriations politiques des objets du travail reproductif de 1945 aux années 1980 », *Parlement, revue d'histoire politique,* n°HS 18, 2023, pp. 177-184

[136] Kristin Ross, *opus. cit.*

ou le tourisme) et les corporalités qui lui sont associées. L'enjeu historien consiste à repérer la forme que prend ce lien, ses transformations et, si possible, d'en mesurer le niveau de diffusion dans le monde social.

On peut envisager la culture comme une opération de saisie du réel, soit la transcription des rapports économiques de production dans le champ phénoménologique. Thompson éprouve la force de cette idée lorsqu'il évalue, dans un article pionnier, la notion de temps au regard du développement des techniques industrielles : l'usage des montres et des horloges est indissociable d'une forme d'éthique productive et de son incorporation aux dispositifs de contrôle social[137]. Cette méthodologie historique repère comment les artefacts culturels s'insèrent dans les interactions sociales pour les transformer ou les conforter. Elle ouvre, par conséquent, une question d'ordre ontologique fondamentale : la sphère culturelle n'est-elle qu'une émanation des faits sociaux, véritables moteurs de l'histoire, ou bien est-elle irréductible et capable de produire, à travers la manipulation de ses artefacts, des comportements sociaux[138] ? La nouvelle histoire culturelle d'inspiration anglo-saxonne dépasse cette opposition binaire, en insistant notamment sur l'impossibilité de construire une culture cohérente et homogène[139]. Si certains travaux montrent qu'il est possible d'identifier une pensée qui organise de manière hégémonique la vie sociale, notamment dans la compréhension du genre[140], nous comprenons une telle systématisation comme la victoire d'un ensemble de représentations sociales sur d'autres ensembles. Les représentations permettent en réalité aux groupes sociaux et à leur culture d'exister les uns par rapport aux autres, dans un jeu d'exhibition plus ou moins dissimulé[141]. Cette ligne épistémologique nous semble nécessaire pour dépasser un débat aux airs de « poule avant l'œuf » ; un système de représentation possède une capacité de transformation en cela qu'il confère aux formations sociales de la visibilité, de la légitimité et, par conséquent, de la puissance d'action. Écrire l'histoire des hôtesses de l'air ne peut s'envisager sans cette perspective méthodologique, car

[137] Edward P. Thompson, *Temps, discipline du travail et capitalisme industriel*, La Fabrique, 2004, 212 p. Ce livre est publié la première fois en 1967 sous la forme d'un article.

[138] Mary-Louise Roberts, « Prêt à déchiffrer : la mode de l'après-guerre et la nouvelle histoire culturelle », *Le mouvement social,* n°174, pp. 57-75

[139] Victoria E. Bonnell, Lynn Hunt (dir.), *Beyond the Cultural Turn, New Directions in the Study of Society and Culture,* 1999, University of California Press, 361 p.

[140] Thomas Laqueur, *La fabrique du sexe, essai sur le corps et le genre en Occident*, Gallimard, Folio Essais, 2013, 576 p.

[141] Roger Chartier, « La nouvelle histoire culturelle existe-t-elle ? », *Les Cahiers du Centre de Recherches Historiques* [En ligne], 31 | 2003, mis en ligne le 15 septembre 2008.

URL : http://journals.openedition.org/ccrh/291 ; DOI : https://doi.org/10.4000/ccrh.291

elles sont, de par leur fonction d'ambassadrice d'une féminité nationale, à la fois représentation et groupe professionnel. La saisie de leur identité par l'industrie culturelle (que ce soit par la presse, la littérature, le cinéma ou la publicité) est en réalité un mouvement indissociable de leur construction professionnelle. Cette saisie impacte irrémédiablement les choix de recrutement, les plans de formation et même l'exercice du métier en tant que tel.

Chaque ensemble symbolique traduit un rapport au pouvoir[142]. En évaluant la transformation des systèmes représentatifs, la recherche historique permet d'analyser les changements de la relation au pouvoir. On comprend facilement la pertinence de cette approche chez les modernistes, qui manipulent un temps long et des structures politiques relativement stables : l'héraldique permet par exemple d'appréhender la relation des seigneurs à l'hérédité, en intégrant progressivement des marqueurs de la bâtardise dans leurs armoiries[143]. À l'inverse, l'étude du champ symbolique sur le deuxième XX^{ème} siècle peut être plus décourageant, du fait de l'énorme quantité de signaux et de leur reconfiguration rapide (masse d'éléments iconographiques, accélération du système productif, rapidité des modes, innovation technologique, etc.). Elle en reste néanmoins pertinente car capable, justement, de rendre compte de l'accélération culturelle qui caractérise la période contemporaine. L'étude de l'hôtesse de l'air doit conserver une dimension symbolique, car son histoire est étroitement liée à la mobilité du pouvoir : bénéficier de la sollicitude de l'hôtesse de l'air s'est construit historiquement comme un marqueur de privilège social, qui conserve sa valeur malgré la massification du transport aérien[144].

Tout l'intérêt de l'étude de cette mythologie est d'en délimiter l'espace d'existence : quelle est la source matérielle de l'idée, qui la formule, selon quels intérêts ? Quel niveau de performativité possède la représentation ? Quel rayon d'action possède-t-elle ? Dans quel champ social est-elle la plus efficace et comment ricoche-t-elle dans d'autres champs ?

---

[142] Pascal Ory, « Gouverner par les symboles, introduction à une histoire des politiques symboliques modernes », *Revue d'histoire culturelle XVIII^{ème}- XXI^{ème} siècle,* n°1, 2020

[143] Laurent Hablot, « L'héraldique au service de l'histoire, les armoiries des bâtards à la fin du Moyen Âge, études de cas », dans Carole Avignon (dir.), *Bâtards et bâtardises dans l'Europe médiévale et moderne*, Presses Universitaires de Rennes, pp. 257-277

[144] Le privilège du vol en avion est un argument commercial que mobilisent les compagnies aériennes tout au long du deuxième XX^{ème} siècle. Il tend à se réduire à mesure que l'offre se démocratise, se reconfigurant selon les différentiations tarifaires (première classe, classe affaire, etc.), mais sans jamais avoir réellement disparu du paysage culturel. Un rapide coup d'œil sur l'industrie culturelle permet d'y repérer certaines formes actives, notamment chez PNL (des rappeurs français à très haute audience) dont le morceau *Naha* sorti en 2016 fait référence à l'hôtesse de l'air, qui, en servant un thé, témoigne de la rupture avec la vie précarisée des ensembles périphériques.

L'hôtesse, en tant que représentation, existe dans différents champs médiatiques, dont les principaux sont l'aviation, la féminité, la mode et le tourisme. C'est par conséquent cette transversalité qui nous intéresse, car elle nous renseigne sur la manière dont les ensembles représentatifs peuvent co-évoluer. Les contemporanéistes habitués aux archives d'après-guerre savent combien les documents agrafés appellent à la prudence, car les agrafes rouillées menacent de déchirer les papiers lors de leur manipulation. Dans un sens, c'est un geste à la portée heuristique : la nouvelle histoire culturelle amène à manier son objet d'étude avec précaution pour ne pas risquer sa dislocation, d'autant plus fortement que chaque objet social n'est visible que par son appartenance à différents ensembles culturels. Plus impactant encore, l'hôtesse de l'air appartient sans aucun doute au grand ensemble des représentations hégémoniques, et nous souhaitons la traiter comme telle.

Les rapports de genre comme système social

Le genre comme instrument de l'hégémonie

Jane Austen commence son roman *Orgueil et préjugés* par cette phrase qui sonne incroyablement juste : *«It is a truth universally acknowledged that a single man in possession of a good fortune must be in want of a wife* », récemment traduite par « *c'est une vérité universellement reconnue qu'un célibataire pourvu d'une belle fortune doit avoir envie de se marier* »[145]. Cette assomption semble contenir à elle seule tout le projet de genre de la modernité occidentale, car elle insiste sur la dissymétrie des rôles sexués et leur « pourtant nécessaire » imbrication au regard de l'ordre économique. Les féministes matérialistes ont su montrer les liens entre le dispositif idéologique du mariage et les nécessités reproductrices du capital, qu'elles soient liées à l'héritage foncier (soit la capacité de la bourgeoisie à maintenir son capital) ou à la reproduction des forces du travail (en assignant aux femmes la tâche domestique non salariée d'assurer la santé émotionnelle du prolétariat)[146]. Monique Wittig invite même à penser le pacte hétérosexuel comme un prolongement de ce dispositif jusqu'aux espaces de l'intime et de la sexualité[147]. Ce qui en revanche est moins détaillé, c'est que « *le célibataire pourvu d'une bonne fortune* » – en l'occurrence Fitzwilliam Darcy – ne peut pas accepter n'importe quelle épouse – en l'occurrence les sœurs Bennet. Les filles

[145] Jane Austen, *Orgueil et préjugés,* Christian Bourgeois Éditeur, 1979, 380 p.

[146] Silvia Frederici, *Le capitalisme patriarcal*, La Fabrique, 2019, 190 p.

[147] Monique Wittig, *La pensée Straight,* Éditions Amsterdam, 2013, 135 p.

Bennet se mettent en scène à l'occasion de bals et d'autres mondanités. Catherine Hakim analyse ces danses retranscrites par Jane Austen comme des marchés où les jeunes femmes valorisent « *leur capital érotique* »[148]. Le système de genre que fabrique la modernité est infiniment plus complexe que la stricte relation féminin / masculin : toutes les féminités ne se valent pas, toutes les masculinités ne se valent pas, et les liens entre les deux doivent répondre à des énoncés détaillés.

En théorisant le concept de masculinité hégémonique, Raewyn Connell propose une grille de lecture des « scripts de genre » contemporains qui réussit à articuler leur diversité et leur dynamique propre[149]. À l'image d'une didascalie dans le jeu des interactions sociales ou un guide comportemental, un script de genre renvoie aux apprentissages que font les individus pour se fabriquer leur identité de genre. Ces scripts diffèrent en fonction de la situation sociale des individus, car ils intègrent les autres forces sociales structurantes, comme la classe et la race. Raewyn Connell nous dit par ailleurs que les identités de genre sont nécessairement collectives. La masculinité et la féminité se formalisent par la différenciation d'un ensemble de pratiques sociales, telles que le sport, la violence, l'alcool, le maquillage ou la sexualité[150]. La masculinité hégémonique propose des significations à ces rapports différenciés, de façon à reconduire la domination masculine à travers les changements de structures socio-économiques. Elle se distingue des autres masculinités en cela qu'elle est normative. Si ses représentants sont statistiquement minoritaires, elle se retrouve de manière systématique en arrière-plan des comportements masculins, qui y sont toujours adossés. Cette problématisation du genre inclut une pluralité de masculinités et de féminités, dont les multiples liens sont hiérarchisés en vue de préserver les structures patriarcales. Selon les mots de Connell et Messerschmidt, la masculinité hégémonique « *implique que les autres hommes se positionnent par rapport à elle, et permet de légitimer d'un point de vue idéologique la subordination des femmes à l'égard des hommes* »[151].

---

[148] Catherine Hakim, *El capital erótico, el poder de fascinar a los demás,* Debate, Barcelona, 2012, p. 247. Nous souscrivons à la critique qu'Eva Illouz et Dana Kaplan (2021) adressent à la théorisation du « capital érotique ». Il est défini par une combinaison d'attributs féminins (élégance, beauté, goût vestimentaire, etc.) en fonction de laquelle les femmes élaborent des stratégies sociales situées localement et culturellement. La critique porte sur la trop faible analyse du dispositif genré qui confère une valeur historiquement variable à la sexualité et à la séduction, indissociable du capitalisme et de la domination masculine.

[149] Raewyn Connell, *Masculinités. Enjeux sociaux de l'hégémonie,* Paris, Éditions Amsterdam, 2014, 288 p.

[150] Raewyn Conell, 2012, *opus. cit.* p.114

[151] R.W. Connell et James W. Messerschmidt, « Faut-il repenser le concept de masculinité hégémonique ? », *in Terrains et travaux,* n°27, 2015, pp. 151-192

Cette approche rénove considérablement la recherche historique francophone qui, dans le sillage de l'histoire culturelle d'Alain Corbin, consacre sans doute trop d'importance à la virilité et ses expressions historiques[152]. La virilité y apparaît comme un rôle de genre identitaire et inflexible, comme une sorte d'arc-de-voûte du système patriarcal. En travaillant sur ce qui semblerait être les symptômes de sa défaillance, Jean-Jacques Courtine investit l'idée d'une crise contemporaine de la virilité, dont la résolution pourrait signer la chute du patriarcat[153]. En souscrivant à l'analyse produite par Dupuis-Déri[154], nous pensons que définir la masculinité par son monopole historique de la virilité et définir la féminité par ses antagonismes est réducteur. On ne peut pas essentialiser des identités genrées, du fait de la plasticité des normes qui viennent les définir[155]. Fixer le dispositif masculin autour de la qualité virile contribue en réalité au mouvement de recomposition du système de genre, dans lequel l'hégémonie masculine est reconduite sans pour autant valoriser la virilité de manière systématique.

Le concept d'hégémonie, influant dans la pensée marxiste, est par ailleurs revitalisé grâce à l'apport des études sur le genre. Des travaux récents l'envisagent avec justesse comme une « *condensation* » des rapports de force à un moment historique donné[156]. Cette image nous semble particulièrement parlante : de la même manière que la buée, l'hégémonie n'a pas de forme particulière, elle devient plus ou moins visible en fonction du niveau d'intensité des dominations sociales et de leur contestation, un peu comme le froid révèle l'humidité. Ce n'est pas qu'une forme de la domination, mais bien un processus qui vise à sa stabilisation dans le temps, en charpentant les relations sociales selon les modalités du groupe dominant. L'hégémonie de genre est une composante nécessaire, sinon primordiale, de cet édifice : en tant que catégorie d'analyse historique, le genre désigne l'ensemble des rapports sociaux entre les sexes et fonctionne par conséquent comme traducteur et opérateur des rapports de pouvoir. Nous souscrivons complètement aux énoncés épistémologiques de Joan W. Scott, lorsqu'elle

[152] Georges Vigarello, Jean-Jacques Courtine, Alain Corbin (dir.), *La crise de la virilité, Tome 3 : La virilité en crise,* (dirigé par J-J. Courtine), Broché, 2015, 592 p.

[153] Jean-Jacques Courtine, « Entretien avec Jean-Jacques Courtine : la virilité est-elle en crise ? Propos recueillis par Nathalie Sarthou-Lajus », dans *Etudes,* n°416, 2012, pp. 175-185

[154] Francis Dupuis-Déri, *La crise de la masculinité, autopsie d'un mythe tenace*, Les éditions du Remue-Ménage, 2018, 320 p.

[155] Jean-Yves Le Talec, « Des *Men's studies au Masculinitys Studies :* du patriarcat à la pluralité des masculinités, dans *SociologieS*, Online since 07 March 2016, connection on 15 November 2021. URL: http://journals.openedition.org/sociologies/5234 ; DOI: https://doi.org/10.4000/ sociologies.5234

[156] Mélanie Gourarier, Gianfranco Rebucini, Florian Vöros, « Présentation : Penser l'hégémonie », *Genre, sexualité et société,* n°13, 2015, IRIS-EHESS, pp. 4-14

annonce que la différenciation des corps sexués et des espaces qui leur sont attribués permet de rendre immédiatement visible les effets d'une construction sociale[157]. Il n'existe pas un espace autonome de la masculinité ou de la féminité, ce sont des catégories qui rendent intelligibles l'expression des dominations véhiculées par les institutions (scolaires, culturelles, sportives, etc.)[158].

La portée évolutive du concept d'hégémonie est essentielle, spécialement sur la période historique qui nous occupe. La transformation accélérée des cadres de vie et de travail sur le deuxième XX^{ème} siècle exige les mêmes transformations rapides dans les scripts de genre. Par exemple, il a été démontré que les expressions les plus toxiques et brutales du patriarcat peuvent, dans certaines configurations, stabiliser le système de domination. C'est notamment le cas dans les foyers hétérosexuels, où la femme détient les clés de l'organisation de la vie affective et domestique. À l'inverse, ce sont parfois des formes plus conciliantes et bienveillantes qui permettront au système de genre de se maintenir. C'est le cas des politiques d'égalité de genre en entreprise[159]. Des travaux vont jusqu'à affirmer que « *l'une des façons les plus efficaces « d'être un homme » dans certains contextes locaux peut être de montrer qu'on se tient à distance d'une masculinité hégémonique locale* »[160], à l'instar de la forme « déconstruite et alliée » de certains hommes dans le milieu alternatif et progressiste. En s'appuyant sur l'œuvre de Raewyn Connell, nous utilisons le terme « projet de genre », dont la puissance conceptuelle contient cette idée d'un manuel en constante écriture, en vue de reproduire les normes hégémoniques.

L'hôtesse de l'air, le steward, le pilote et les passagers : un système relationnel au cœur du dispositif de genre

Ce travail de thèse ne cherche ni à écrire une histoire des femmes, ni une histoire des hommes, mais une histoire d'un système qui les lie. L'historienne états-unienne Louise A. Tilly écrit qu'il s'agit pour les femmes de « *relier ses problèmes avec les autres histoires* »[161]. À plus forte raison, nous ne cherchons ni à raconter l'histoire des « femmes de l'air », ni celle

[157] Joan W. Scott, *De l'utilité du genre,* Fayard, 2012, p. 45

[158] Pierre Bourdieu, *La domination masculine*, Points, 2014, 192 p.

[159] Nathalie Lapeyre, « La virilité en héritage. Permanence des éthos professionnels masculins et exclusion des femmes au sein de l'industrie aéronautique », *Entreprise et Histoire*, n°107, 2022, pp. 60-75.

[160] R.W. Connell et James W. Messerschmidt, *opus. cit.*

[161] Louise A. Tilly, « Genre, histoire des femmes et histoire sociale », *Genèses,* 1990, pp. 148-66

des « hommes de l'air », mais expliciter les processus de fabrication de ces représentations. Faire l'histoire du genre n'a pas la vocation de se substituer à l'histoire des femmes ou l'histoire des sexualités, mais plutôt d'ouvrir de nouvelles pistes analytiques[162].

Les hôtesses de l'air sont par définition des travailleuses au service des autres, évoluant dans un collectif de travail éphémère. Leur identité professionnelle est donc immédiatement relationnelle. Il faut envisager leur féminité dans un triple rapport :

- le rapport à la clientèle, vis-à-vis de laquelle les hôtesses doivent performer la disponibilité émotionnelle et la sollicitude.
- le rapport à l'équipage, où les hôtesses s'insèrent dans un ordre hiérarchique masculin[163] et doivent performer la disponibilité professionnelle et sociale.
- le rapport à l'entreprise, dans lequel les hôtesses occupent le rôle particulier de figure commerciale et pour lequel elles doivent performer « la féminité française ».

L'enjeu managérial d'Air France est de sélectionner des hôtesses dont l'expression féminine est compatible avec ces trois types de rapport. Le plan esthétique, malgré la fascination qu'il exerce sur nos imaginaires, ne joue qu'un rôle secondaire par rapport aux capacités émotionnelles requises, à savoir adapter leur performance de genre : douce et directive avec les passagers, disponible et joviale avec les équipages, élégante et détachée dans la formation commerciale.

L'avion est un terrain fécond pour comprendre la formation du système de genre localisé à un espace de travail. Premièrement, il concentre dans un espace réduit des personnages signifiés par leur performance de genre : le pilote et l'hôtesse forment un couple iconique de l'hétérosexualité[164]. Deuxièmement, ces personnages sont liés entre eux par une chaîne hiérarchique strictement réglementée, au sommet de laquelle le commandant de bord dispose de l'autorité légale. Troisièmement, ces dynamiques professionnelles sont investies en amont par des représentations collectives qui, comme le dénoncent les hôtesses victimes

[162] Florence Tamagne, « Histoire des homosexualités en Europe : un état des lieux », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, Belin, 2006, n°53-4, pp. 7-31

[163] Il faut attendre l'embauche de Danielle Décuré en 1974 (première femme à obtenir leur brevet de pilote commercial en 1967) pour que les équipages techniques accueillent un personnel féminin, qui reste très largement minoritaire : elles varient entre 2 et 3 pilotes dans les années 1980, elles représentent aujourd'hui 9% des PNT. Source pour ce dernier chiffre : https://www.leparisien.fr/economie/on-nous-prenait-pour-des-potiches-confidences-de-deux-femmes-pilotes-chez-air-france-08-03-2021-8427546.php

[164] Le film à succès *Catch Me If You Can*, dirigé par Steven Spielberg et sorti en 2002, met en scène Leonardo Di Caprio, habillé en pilote et entouré d'hôtesses riantes et admiratives, dans une scène culte qui fit la promotion du film. Ce passage contribue doublement à renforcer les mythologies professionnelles existantes (même par le biais de l'ironie) tout en façonnant la propre mythologie de l'acteur.

d'agressions sexuelles, aménagent les relations d'équipage[165]. Enfin, les membres de l'équipage sont fondamentalement soumis·e·s aux attendus de la clientèle et, par extension, aux scripts de genre élaborés collectivement (à l'échelle internationale). La clientèle espère du professionnalisme, immédiatement repérable dans la sollicitude de l'hôtesse et dans l'autorité du commandant de bord – l'autorité étant le signifiant efficace d'un grand sens des responsabilités. Malgré une dynamique qui lui est propre, le système de genre localisé dans l'espace d'un avion s'articule nécessairement à des ensembles culturels plus vastes, ce qui mobilise là aussi les travaux de Raewyn Connell qui défend une approche géographique et télescopique du système de genre (selon un jeu d'échelle articulant le local, le régional et le mondial).

L'autre intérêt de l'étude du système de genre à travers l'hôtesse de l'air est d'en mesurer l'homogénéisation. Vouée à incarner l'identité nationale, elle fait par ailleurs la promotion d'une féminité standardisée et reproductible, dont la mobilisation permet d'ajouter des pays au jeu de la modernisation. Cette dialectique national / international est au cœur des dynamiques qu'on observe dans l'histoire politique du deuxième XX^{ème} siècle, à savoir une dilution du fait national dans la libéralisation d'un marché mondial.

Il est impossible d'écrire sur l'hôtesse de l'air sans s'arrêter sur son partenaire historique : le steward. Le personnel navigant a rapidement été rassemblé sous le même statut professionnel. Hôtesses et stewards partagent, dans la période d'après-guerre, les revendications syndicales, iels votent dans les mêmes collèges, iels possèdent la même mission professionnelle, iels sont soumis·e·s au même cadre hiérarchique. Ce sont les deux faces de la même pièce de monnaie. L'hôtesse incarne le versant féminin du service à bord, davantage sollicité médiatiquement, tandis que le steward s'occupe plutôt des tâches hôtelières masculinisées (cuisine, commissariat, service de bar, etc.). Cette distinction historique tend à s'homogénéiser au fur à et mesure que se modernise le métier. La féminisation du secteur tertiaire agit sur les représentations du steward, déjà constituées comme un réceptacle historique des masculinités dévirilisées : l'industrie culturelle exploite largement la figure du steward homosexuel. Dans son film *Los amantes pasajeros*, Pedro

[165] Voir le témoignage de « Lucie » sur RMC, *opus. cit.* Elle dénonce deux pilotes qui forçaient des hôtesses de l'air à s'asseoir sur un siège en cockpit afin de prendre en photo leur entrejambe et de constituer un portfolio. Elle ajoute en se référant au statut de pilote : « *je crois que malheureusement ce mythe des hôtesses de l'air à « la jambe légère », il n'y a pas que les passagers qui y pensent. Pour peu qu'on ait un peu de pouvoir on se dit que c'est facile, qu'il suffit de claquer dans les doigts et d'obtenir ce qu'on veut. Et si on l'obtient pas on insiste un peu plus lourdement* ».

Almodovar fait danser trois stewards gays sur la musique « I'm so excited » dans une scène devenue iconique[166]. L'humoriste Jean-Philippe Janssens, bien connu à Air France en sa qualité de PNC, a fait de son homosexualité un des ressorts privilégiés de ses spectacles. En invoquant son histoire familiale, il se réfère à sa sœur également homosexuelle en expliquant qu'il y a eu « *inversion* » professionnelle : « *elle est chauffeur routier et je suis hôtesse de l'air* »[167]. Ce partenariat privilégié avec l'hôtesse de l'air, sa collègue et son égale, écarte le steward dans le même temps d'un partenariat avec le pilote, son supérieur, « l'homme fort du cockpit ». On retrouve beaucoup de mises en forme de cette marginalisation, sous des formes parfois inattendues. Dans un épisode des *Simpsons* de décembre 1994, on découvre que Marge a peur de l'avion à cause d'un traumatisme enfantin. À l'aide d'une psychologue, elle se remémore des souvenirs de son père, qu'elle imaginait pilote en le voyant prendre l'avion habillé d'un uniforme. Fascinée, la petite Marge suit son père dans l'appareil mais, à son grand désarroi, elle le retrouve vêtu d'un tablier de dentelle en train de servir une dame[168]. Les scénaristes abordent avec humour le thème de l'idéal paternel, en exploitant l'antagonisme entre pilote, censé incarner le prestige masculin et la réussite sociale, et le steward, efféminé et servile. Le steward est un rouage décisif dans la construction des identités de genre aériennes et ce travail de thèse tente d'apporter quelques éclaircies sur l'histoire de ses représentations, à défaut de pouvoir la mettre en lumière faute d'archives complètes.

Le passager (lui aussi écrit au singulier et au masculin parce que pensé sous sa forme représentative) est le moteur principal de l'élaboration des identités de genre dans l'aviation civile. C'est parce que les compagnies cherchent à fidéliser une clientèle et augmenter leur part de marché qu'elles s'intéressent aux performances genrées de leurs employé·e·s. Cela étant dit, il est impossible d'isoler parfaitement l'objet culturel « passager ». Il évolue constamment sur notre période historique : il se féminise, il se rajeunit, il se massifie, mais sans jamais s'écarter totalement de « l'homme d'affaire » originel que les gens identifient de manière instinctive. Si on peut lui donner une place prépondérante dans notre analyse, on ne peut pas en revanche définir un projet de genre qui lui serait propre. Contrairement aux hôtesses et aux stewards (et dans une moindre mesure aux pilotes), le passager ne s'insère pas en tant que tel dans une institution qui régulerait son expression émotionnelle, son apparence et ses gestes – soit la performance de son identité de genre. En revanche, le passager aérien

[166] Pedro Almodóvar, *Los amantes pasajeros,* Warner Bros España, 2013, 1h 30.

[167] Jeanfi Janssens au Festival du rire à Liège de 2017. Extrait disponible sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=DMLS8V7_GWI. Durée 7 min 29

[168] Mark Kirkland, *Fear of Flying*, The Simpsons S6, E11, 18 décembre 1994, diffusé sur Fox network. Durée

peut être un territoire d'étude fascinant, utile pour analyser la réception réelle des mythologies aériennes.

Les manifestations des identités de genre peuvent être particulièrement visibles à travers une spectacularisation de ses représentants ou, à l'inverse, en censurant publiquement l'expression des identités marginalisées[169]. L'hôtesse de l'air est l'entrée privilégiée pour l'analyse du système de genre aérien du fait de sa forte visibilité culturelle. Notre méthodologie de travail consiste à reporter au féminin de ce que les *masculinity studies* ont construit depuis une trentaine d'années. En réalité, nous souscrivons à l'appel de Connell et Messerschmidt lorsqu'iels concluent sur l'importance de reconsidérer le rôle des féminités dans l'élaboration du système de genre, après avoir synthétisé les productions des *masculinity studies*. S'il est difficile de parler de féminité hégémonique – du fait que les femmes sont structurellement discriminées – Connell envisage le terme de « *féminité accentuée* » ou encore de féminité hyperbolique, dont le rôle normatif établit des différenciations avec les féminités marginalisées. L'hôtesse de l'air, en tant que représentation, occupe cette place car elle modèle les imaginaires, définit les corporalités acceptables, incarne la féminité dominante. Plus fondamentalement, la féminité accentuée ne peut se comprendre que dans le rapport privilégié qu'elle entretient avec certaines formes de masculinités (notamment hégémoniques et complices).

En synthèse, le mythe de l'hôtesse de l'air semble être au coeur de la recomposition de système de genre lié à la modernisation des structures économiques.

L'hégémonie incomplète et le savoir situé

Expliciter la construction d'un modèle féminin en passant par la méthodologie des *masculinity studies* semble paradoxal. Cette contradiction se résout d'elle-même dès lors qu'on considère l'essence des structures patriarcales. À travers l'énoncé subversif « *une lesbienne n'est pas une femme* », Monique Wittig suggère que l'identité sociale de femme n'existe que dans le régime hétéropatriarcal, et qu'elle est, par conséquent, pensée par et pour les hommes. L'hétérosexualité est le contrat socio-affectif fondateur des identités genrées. L'hôtesse de l'air ne peut s'envisager hors de ce rapport, tant les mythologies qui lui sont

[169] C'est par exemple le cas des masculinités roms dans le champ médiatique français : voir Anina Ciuciu, « Nous représenter », *Sociétés et représentations*, 2018, n°45, pp. 107-118

associées donnent de l'espace aux hommes et notamment à leur sexualité. L'image de l'hôtesse de l'air semble par ailleurs doté d'un fort « *capital sexuel* », soit, comme le rappelle justement Dana Kaplan et Eva Illouz, un lieu privilégié de l'exploitation masculine[170] : l'usage du corps de la femme à des fins sexuelles est caractéristique du patriarcat dans ses formes les plus oppressives et, surtout, les plus profitables économiquement.

On ne saurait réduire toutefois l'hôtesse de l'air à une figure dépositaire des fantasmes masculins, pas plus qu'on ne saurait réduire son existence professionnelle à une fonction régulée par les masculinités. Fondamentalement, le geste hégémonique ne peut pas aboutir[171]. Il est continu justement parce qu'il se heurte partout et en tout temps à des contre-hégémonies effectives à toutes les échelles (du macro au micro social), et dont la visibilité et la puissance de renversement dépendent de leur niveau de massification. L'hôtesse égérique, celle qui existe en tant que représentation, ne saurait se confondre avec les hôtesses réelles, dont les corps, les affects et les trajectoires professionnelles ne réalisent pas totalement le projet de genre de la compagnie aérienne. L'exemple le plus frappant pourrait être l'embauche d'Ourida Ouyahia et de Leila Selhacene, signalées comme « *hôtesses musulmanes* » par un communiqué d'Air France de 1961. Ce dernier s'intitule « *la première hôtesse de l'air musulmane d'Air France a fait son premier vol Alger-Paris* »[172]. Probablement racisées à en croire la description, les deux hôtesses algériennes ne correspondent pas aux images hégémoniques en circulation, que ce soit dans la presse spécialisée ou plus largement dans l'industrie culturelle, qui leur préfère le modèle d'une féminité blanche et mondaine. Cette thèse insiste donc sur l'élaboration historique de ce projet de genre et non sur sa réalisation permanente.

« Les concepts de genre », en tant que principaux agents de signification sociale, sont utiles dans les dynamiques d'émancipation. Il existe une littérature conséquente qui emprunte cette vaste grammaire épistémologique de la résistance, depuis les travaux théoriques incontournables de Judith Butler[173] aux ouvrages davantage ciblés sur les résistances

[170] Dana Kaplan et Eva Illouz, *Le capital sexuel*, Éditions du seuil, 2023, p. 19

[171] James C. Scott, *La domination et les arts de la résistance, fragments du discours subalterne*, Éditions Amsterdam, 2008, 270 p.

[172] Air France Communiqué, n°270, 12 avril 1961

[173] Judith Butler (trad. Cynthia Kraus), *Trouble dans le genre. Le féminisme et la subversion de l'identité*, Paris, La Découverte, 2005, 284 p.

organisées politiquement et localisées[174]. D'inspiration foucaldienne, cette littérature appelle à produire un savoir situé, ce à quoi nous souscrivons politiquement et intellectuellement. Nous pensons nécessaire et urgent de délocaliser la production du savoir pour investir d'autres espaces et d'autres corporalités, dans le sillage des études décoloniales[175] ou sur les transidentités[176].

Sur un registre davantage réflexif, on pourrait voir dans la construction de ce sujet de thèse une marque de la domination masculine, soit la réduction d'une histoire des femmes à l'histoire de la masculinité. Ce n'est pas l'intention de ce travail. Le sujet de l'hôtesse de l'air m'est apparu comme une évidence justement du fait d'être moi-même réceptif aux représentations qui les entourent. Étant un homme cis-genre, blanc, hétérosexuel, mon imaginaire sexuel et affectif est largement structuré par le récit hégémonique, dans lequel les pilotes, les guides de montagne ou encore les rappeurs ont été érigés comme modèles de masculinité. D'ailleurs, en s'arrêtant rapidement sur ces modèles, on s'aperçoit qu'ils possèdent des attributs masculins différents, qui ne sont efficaces qu'en fonction des espaces sociaux où ils s'expriment. On peut par exemple penser que c'est le sens des responsabilités légales qui fait d'un cadre politique un homme fort et rassurant. C'est précisément l'inverse qui permet aux rappeurs d'êtres des hommes reconnus dans leur milieu. Pour autant tous ces hommes sont systématiquement entourés de femmes : elles peuvent être des épouses ou des figurantes, médiatisées ou dissimulées, elles conservent le rôle primordial de la femme pour l'homme. Ce n'est pas par hasard que Tom Wolfe dédie son premier chapitre de *l'Étoffe des héros* à Jane, l'épouse de Conrad, le pilote d'essai protagoniste du roman. Un pilote est entouré de ses pairs avec qui il boit et vit dangereusement, mais il est surtout soutenu par une épouse aimante et soucieuse[177]. La condition masculine s'évalue au regard de sa relation aux femmes, et c'est bel et bien la première prescription de la masculinité hégémonique.

---

[174] Hugo Bouvard, Ilana Eloit, Mathias Queré (dir.), *Lesbiennes, pédés, arrêtons de raser les murs, luttes et débats des mouvements lesbiens et homosexuels (1970 – 1990),* La Dispute, 332 p.

[175] Jules Falquet et Artemisa Flores Espínosa (dir.), *Épistémologies féministes décoloniales, controverses et dialogues transatlantiques*, Les cahiers du CEDREF, Université Paris Diderot, 2019, 201 p.

[176]Karine Espineira et Maud-Yeuse Thomas, « Études Trans, Interroger les conditions de production et de diffusion des savoirs », *Genre, sexualité & société* [En ligne], 22 | Automne 2019, mis en ligne le 16 décembre 2019, consulté le 28 mars 2024.

URL : http://journals.openedition.org/gss/5916 ; DOI : https://doi.org/10.4000/gss.5916

[177] Tom Wolfe, *L'étoffe des héros*, Gallimard, pp. 9-30

Dans la typologie établie par Connell, je m'insère probablement dans le dispositif de la complicité, à savoir une configuration de la masculinité qui ne réalise pas le projet hégémonique mais qui en tire immédiatement un profit matériel, émotionnel et symbolique. Travailler sur la féminité accentuée depuis cette perspective offre l'avantage d'accéder intuitivement aux textes cachés des énoncés officiels, notamment ceux à la forte charge érotique ou suggestive. Interroger les mythologies hétérosexuelles paraît d'autant plus facile du fait d'appartenir à ce système et du fait de l'alimenter. L'idée n'est pas tant de revendiquer une légitimité à produire de la connaissance sur ce sujet, mais d'invoquer l'intérêt heuristique d'appartenir au dispositif étudié, dès lors qu'il a été nommé, délimité et historicisé. La profusion et la qualité des travaux sur le système de genre contemporain (appréhendé dans ses liens complexes avec les structures économiques, culturelles et raciales[178]) permettent d'effectuer ce « pas de côté », de déplacer le regard. M'intéresser de près à la fabrication quotidienne de la masculinité ne m'empêche pas d'y contribuer : mes gestes, mes références, mes envies, mes projections, tout mon être semble conditionné par des prescriptions genrées. Le choix même de ce sujet de thèse est sans doute inféodé au manuel « comment être un bon-homme dans mon milieu ». Je ne cherche pas à m'y soustraire, ni même à transformer cet état de fait. Il me semble que le plus important est de ne jamais prétendre à la « déconstruction », au risque de fausser ce travail de recherche. À défaut d'atteindre la « neutralité axiologique » que le dispositif universitaire martèle depuis la licence (qui est à la fois impossible et non souhaitable il me semble), il faut sans doute tendre au maximum à la « conscience axiologique ».

Enfin, il me semble important de signaler qu'à défaut d'être totalement réalisé, le geste hégémonique conserve sa capacité d'architecte du monde social faute d'un mouvement révolutionnaire d'ampleur. Les gens savent, par exemple, combien les corps actuellement médiatisés sont « faux ». On sait identifier l'usage systématisé des filtres Instagram, des chirurgies esthétiques, ou même l'irréalité des modèles *Onlyfans* produits par l'intelligence artificielle générative. On est pour autant incapables d'en désamorcer les effets. Reconnaître le geste hégémonique ne signifie pas son arrêt, de la même manière que résister aux normes n'implique pas leur annulation. Le geste hégémonique peut être entravé en toute circonstance, mais son amputation nécessite une puissance sociale significative, que la simple agglomération de résistances ordinaires ne saurait produire.

[178] Elsa Dorlin, « De l'usage épistémologique et politique des catégories de « sexe » et de « race » dans les études sur le genre », *Cahiers de genre*, 2005, pp. 83-105

Matériel de recherche et méthodologie

Corpus

Présentation générale du corpus

Notre corpus de sources est hétéroclite. Ce travail de recherche se base sur six grands ensembles archivistiques : archives d'entreprises, archives syndicales, archives publiques, productions culturelles, archives de presse et témoignages. La plupart des fonds que nous avons ouvert se répartissent majoritairement entre trois institutions : le musée Air France, les archives du syndicat national du personnel navigant commercial (SNPNC) et les archives nationales (dans lesquelles Air France a déjà organisé un transfert d'un certain nombre de documents). Leur grande majorité a été consultée pour la première fois dans une perspective scientifique et nous ne pouvons qu'insister sur leur richesse. Les fonds qui caractérisent l'histoire de l'aviation, notamment la presse d'entreprise, peuvent enrichir considérablement les travaux relatifs à l'histoire du tourisme et à ses déclinaisons.

Les archives d'entreprises concernent trois fonds. À quelques occasions, nous avons croisés ceux d'Air France a ceux d'Air Algérie et d'Air Inter[179]. Les documents d'Air France sont eux-mêmes répartis entre trois endroits : les archives nationales, le musée Air France et l'entreprise elle-même, dont le service d'archives dépend du service de l'immobilier. Le travail d'archivage de l'ancienne compagnie publique est relativement récent et beaucoup de dossiers sont soumis à dérogation, même après avoir été reversés aux archives nationales. Le catalogage des fonds actuels est toujours en cours et des cartons sont actuellement stockés et difficilement accessibles. Comme toute grande entreprise, Air France se subdivise en différentes directions. Nous nous sommes intéressés aux productions des entités suivantes :

- le conseil d'administration pour la production des rapports d'activité (1945 à 1990)
- la direction générale pour la gestion générale de l'entreprise et notamment des conflits internes (que l'on retrouve dans les directives et les lettres de la direction).
- la direction du personnel pour la création de bilans sociaux, d'annuaires statistiques et pour la formalisation des méthodes de gestion du personnel.

[179] Les fonds d'Air Inter sont complets, accessibles et entièrement catalogués aux archives nationales de Pierrefitte-sur-Seine. La qualité d'accès aux archives faciliterait grandement un travail de recherche en master.

- la direction du transport pour la publication de matériel administratif spécifique aux PNC (licenciement, formation, encadrement) et de leur vie salariale (manuels, stages de formation, hébergement et escales).
- la direction commerciale pour tout ce qui concerne la stratégie publicitaire d'Air France (image de marque, stratégies ponctuelles, affiches, spots publicitaires, liens avec la presse, etc.).
- les différentes revues d'entreprise qui diffusent « l'esprit d'entreprise » en intégrant le récit d'Air France à l'histoire plus globale de l'aviation civile.

Les archives syndicales concernent exclusivement les archives du SNPNC, acteur historique de la formation professionnelle des PNC. Malgré la multiplication des initiatives syndicales à la fin de la séquence étudiée, nous avons préféré restreindre notre corpus au syndicat historique. Ces fonds possèdent une grande quantité de dossiers relatifs à l'élaboration des protocoles de vol sur différents appareils. Avec le grossissement institutionnel de l'entreprise, l'implantation des centrales syndicales (qui a pour effet la multiplication de l'activité électorale et politique) et surtout avec les plans sociaux d'envergure des années 1990, la plupart des archives du SNPNC concerne la période allant de la fin des années 1980 jusqu'aux années 2010. Il s'agit aussi de signaler le mauvais état d'archivage qui a rendu la recherche très compliquée et incomplète. Les cartons ne sont pour la plupart ni catalogués ni répertoriés, lorsqu'ils ne sont pas entassés les uns sur les autres. Après avoir déplacé les archives d'un étage au sous-sol, nous ne pouvons qu'alerter sur les conditions de stockage dans un lieu aussi humide. Toutefois, ces archives nous ont permis d'évaluer :

- l'activité syndicale du SNOAM (1948 – 1957) au regard de la correspondance avec la direction et de son activité interne.
- l'activité syndicale du SNPNC (1954-1990) dans ce qu'elle a de revendicatif (échanges avec la direction, organisation des conflits) et de formateur.

Les archives publiques renvoient à l'ensemble des institutions d'État chargées de la réglementation des professions aériennes et de la supervision du trafic aérien. Ces fonds sont disponibles aux archives nationales lorsqu'ils ne sont pas numérisés (comme les Journaux Officiels ou les contentieux administratifs). Ils permettent, entre autres, d'identifier les moments charnières où les régimes salariaux des PNC sont officialisés, ou bien de faire

converser les statistiques d'Air France avec celles du ministère des transports. Nous avons consulté principalement les productions des institutions suivantes :

- le ministère des transports, dans lequel le bureau des grandes compagnies aériennes enregistre les statistiques du transport aérien et les différents bilans d'activité.
- le Service de Formation Aéronautique du Service Aérien[180] (SFASA) qui établit des études d'impact de l'aviation, qui permet notamment de recenser le nombre de brevets et de licences navigantes établis annuellement.
- la Direction Générale de l'Aviation Civile possède des documents spécifiques au régime professionnel des PNC, en recensant le renouvellement des Certificats Sécurité Sauvetage (CSS) ou en menant des études sur le salaire dans l'aviation civile.
- le gouvernement, à travers la publication du Journal Officiel, qui rend compte de l'évolution professionnelle des PNC (rattachement aux caisses de retraite, normes à l'embauche, etc.).
- les administrations judiciaires qui se saisissent des litiges entre Air France et ses salarié·e·s (célibat contractuel, concubinage, etc.).

Les archives concernant la production culturelle sont diverses et ne concernent aucun lieu en particulier. C'est avant tout grâce à la recherche internet que nous avons constitué notre corpus. Ce dernier se compose de deux types principaux de sources :

- les productions littéraires, soit l'ensemble des romans, des poèmes, des pièces de théâtre, de la littérature érotique ou des magazines spécialisés (*Elle* et *Playboy* notamment) que nous avons repérés sur notre période d'étude.
- les productions cinématographiques, soit l'ensemble des fictions long-format, des séries, des films pornographiques et des documentaires (qui sont disponibles dans les archives numérisées de l'INA) produites sur la période.

Les archives de presse permettent d'identifier la circulation du mythe des hôtesses de l'air dans des champs sociaux plus amples. Les articles de la presse générale sont numérisés pour la plupart. Concernant les dossiers de la presse spécialisée, nous devons beaucoup aux propres PNC qui ont entrepris un travail d'archivage : on retrouve des cartons dédiés au

[180] L'institution chargée de délivrer les brevets de pilotage a connu de nombreuses mutations institutionnelles sans changer réellement son objectif : le SALS de 1946 devient le SFASA en 1955, puis la SFASAT en 1959, puis le SFA en 1964, puis le SFACT en 1976 avant de se convertir en SEFA en 1993.

traitement de la profession par la presse au Musée Air France et aux archives du SNPNC. Notre étude comporte l'analyse :

- de différents quotidiens nationaux (avec une prédominance du journal *Le Monde* étant donné les facilités d'accès numérique) permettant d'éclairer différemment les évènements de l'aviation civile et d'en mesurer l'importance médiatique.
- des presses spécialisées dans l'aéronautique (*Icare* ou *Pégase*) mais aussi dans la science médicale, surtout pour faire état des questions inédites autour de la santé du personnel navigant.
- de la presse étrangère et particulièrement du journal *News Week*, dont la compilation d'articles entre 1952 et 1981 permet de comprendre les logiques commerciales qu'utilise Air France pour exporter son image de marque.

On trouvera en annexe un tableau qui recompile la provenance détaillée des différentes sources utilisées. Il tente surtout de rendre compte de l'importance des fonds pour notre travail analytique, selon un gradient allant de « peu important » à « fondamental ». À la lecture du tableau, il apparaît ainsi que nous consacrons davantage de temps et d'analyse à l'étude des archives d'entreprise et aux témoignages qu'à la presse historique, dont l'utilisation permet essentiellement de contextualiser avec précision les évènements. Il s'agit en fait de rendre compte, le plus sincèrement possible, de la marge interprétative qui caractérise chaque production de science sociale.

Témoignages : mode opératoire, difficultés et pertinences

Une grande partie de ce travail se base sur les témoignages. Témoignages publiés d'une part, sur le mode de l'autobiographie, et témoignages oraux d'autre part, collectés selon le mode de l'entretien semi-directif. Il est très intéressant de noter la prégnance de l'exercice autobiographique dans le monde aérien, sans doute hérité des pilotes de l'époque glorieuse de La Ligne. Cela vient prouver que les professionnel·le·s de l'aérien ont considéré un temps leur métier comme extraordinaire. Nous recensons plus de travaux francophones d'hôtesses que de stewards (à notre connaissance, seul Michel David, ancien steward, s'est livré à ce travail d'écriture sur le modèle de l'anecdote humoristique, mais il n'a pas été publié). Les autobiographies permettent de mesurer le niveau de perméabilité des mythologies dans la culture professionnelle. Toutefois, étant destinées à la publication, elles possèdent rarement un registre réflexif ou critique. Elles recherchent à satisfaire un lectorat justement motivé par

les représentations existantes. En d'autres termes, les autobiographies d'hôtesses de l'air confirment souvent ce qu'on imagine des femmes volantes de « la belle époque », en maintenant une frontière floue avec les propositions érotiques ou sexuelles.

Concernant les témoignages oraux, j'ai interrogé des PNC retrait·é·es d'Air France en utilisant le réseau des adhérent·e·s du SNPNC. Malgré la prise de contact avec l'Association des Anciens d'Air France (ARAF), une seule ancienne hôtesse de l'air s'est manifestée (avec qui je n'ai malheureusement pas pu mettre en place un entretien). La recherche de témoignages via la Caisse de Retraite du Personnel Navigant n'a pas non plus été fructueuse.

Toutes les personnes entretenues sont retraitées : les récits collectés permettent de couvrir l'ensemble des années 1960 jusqu'aux années 1990. Je dispose de 7 entretiens d'hôtesses pour 2 stewards. Cette disposition reflète l'angle problématique adopté, à savoir travailler plus spécifiquement sur les représentations des femmes de l'air que sur celles des stewards. Néanmoins, interroger deux stewards (dont un dans une configuration collective) permet d'éclairer les rapports d'équipage depuis une perspective masculine. Enfin, à ce corpus s'ajoute les entretiens menés par Louis-Marie Barnier. Je le remercie chaleureusement pour m'avoir donné accès à la retranscription des 20 entretiens menés avec différents PNC. La plupart des hôtesses et des stewards rencontré·e·s ont été embauché·e·s au cours des années 1990. Nous retenons particulièrement les discussions menées avec Jacques et Gérard, anonymes eux aussi, devenus respectivement stewards en 1970 et 1955.

J'ai réalisé un entretien collectif avec trois hôtesses et un steward. C'est à mes yeux le plus précieux : il m'a permis d'observer le mode de socialisation particulier des groupes navigants. Invité à collecter des cartons d'archives chez une ancienne hôtesse que j'avais pu interroger quelques mois auparavant, elle m'informe de la venue, au même moment, de trois ancien·ne·s collègues. Elle me propose de passer « prendre l'apéro ». L'enregistrement est bienvenu et ne pose pas de problème. Le fait d'avoir interrogé mon hôte au préalable m'a permis de mesurer un certain décalage entre le discours qu'elle tenait dans l'intimité d'une conversation et le discours tenu avec ses pairs. Cet entretien m'a amené à reconsidérer l'importance de « l'esprit d'équipage », décisif dans la construction de l'éthos navigant des années 1970. L'éthos navigant renvoie à l'ensemble des comportements et des positionnements éthiques en contexte professionnel, soit ce qu'il convient de faire et ce qu'il

convient d'être, au-delà des énoncés réglementaires. Il s'agit en somme, d'expliciter la manière dont le métier rentre dans l'individu[181].

Le but des témoignages oraux est de questionner le rapport des hôtesses aux mythologies qu'elles génèrent. Perçoivent-elles dans leur environnement professionnel des traces de leur sexualisation médiatique ? Comment intègrent-elles ces représentations dans la pratique de leur métier ? Structurée en six parties, ma grille d'entretien (disponible dans la section Annexes) tente de recouvrir toute l'étendue problématique de notre sujet, en positionnant le PNC au centre des différents rapports sociaux caractéristiques de la profession : le rapport à l'équipage, le rapport à l'entreprise, le rapport à la clientèle et le rapport au corps. Ces deux derniers angles m'intéressent particulièrement dans le cadre du témoignage, car c'est la seule méthodologie qui puisse en déverrouiller l'accès. Les questions posées sont volontairement larges, de façon à accueillir au mieux les anecdotes, ressurgissant souvent après avoir « pratiqué le souvenir » pendant de longues minutes. Ces dernières contiennent des données historiques rares. Elles viennent cristalliser, dans un épisode extraordinaire, tous les éléments ordinaires et routiniers d'une vie professionnelle. En somme, les anecdotes sont les meilleures sources possibles pour recomposer un quotidien fragmenté, qu'on oublie facilement et qu'on juge souvent trop inintéressant pour être raconté autrement.

Je me suis heurté à plusieurs limites lors de la poursuite de ces entretiens. La première est d'avoir finalement reçu assez peu de retours positifs à mes demandes via les différentes institutions relatives à Air France. Le contexte sanitaire de 2020 – 2021 a considérablement ralenti et désorganisé ce processus de recherche. Deuxièmement, l'entretien historique ne peut prendre la valeur objective qu'offre un document d'archive. Les évènements et les temporalités sont souvent brouillés, d'autant plus à mesure qu'on s'éloigne dans le passé. Il devient rare dans le milieu de l'aviation de trouver des personnes pouvant témoigner avec clarté sur leur vie professionnelle d'après-guerre jusqu'aux années 1960. Troisièmement, la mémoire aéronautique est souvent sollicitée dans le cadre managérial d'Air France. Les personnes volontaires entretiennent des liens ambivalents à cette politique. La plupart contribuent à reproduire une histoire communautaire, car elles sont souvent issues de l'encadrement et ont conservé une haute vision de l'entreprise. Le récit personnel se dissimule derrière une posture professionnelle, qu'une rencontre ponctuelle de deux heures ne saurait tout à fait désamorcer. C'est pour cette même raison que j'ai considérablement réduit

[181] Yves Clot, *Travail et pouvoir d'agir*, Paris, PUF, 2008, 312 p.

l'importance initiale que je prêtais à l'entretien. Enfin, la configuration de l'entretien unique ne permet qu'un aperçu très limité des questions qui m'intéressaient, à savoir le rapport que les hôtesses entretiennent au corps, à la beauté, à la séduction et à la sexualité. Ces récits sont d'autant plus difficiles d'accès que je suis un homme de trente ans interrogeant des femmes plus âgées, souvent dans l'intimité de leur maison. Ces entretiens ont tout de même pu éclaircir de manière décisive trois axes problématiques : le rapport à l'équipage, le rapport à la clientèle et le rapport aux mythologies érotiques en circulation.

Conditions matérielles de la recherche, parcours et difficultés rencontrées

Financé par contrat doctoral universitaire sur une durée de 3 ans (octobre 2019 à octobre 2022), ce travail de thèse n'aura pas échappé aux problématiques du confinement. La situation sanitaire a conditionné en partie les choix méthodologiques et problématiques. Les liens pris avec le département des archives d'Air France, dont l'institution possède encore une large part d'archives relatives au personnel, ont été coupés à partir du 18 mars 2020 pour n'être réactualisés qu'en 2024. De la même manière, les possibilités de rencontre et d'entretien avec les personnes retraitées d'Air France ont souffert de la situation (difficulté à se déplacer, difficulté d'usage de l'outil numérique, etc.). La nature même du confinement, en resserrant nos quotidiens sur le paysage numérique, a sans doute influencé ma manière de travailler : j'ai systématisé la lecture de la revue entièrement numérisée *France-Aviation*, alors que j'imaginais ne l'utiliser que de manière ponctuelle. Cette évolution méthodologique m'amena à considérer davantage l'angle de l'histoire culturelle, tandis que mon savoir-faire initial se concentrait essentiellement sur l'histoire sociale.

La diversification de mon corpus d'archives répond à une double nécessité : épistémologique (interroger le système de représentation culturelle), mais aussi matérielle. Comme évoqué plus haut, les fonds essentiels à mon travail comportent des trous dans les données que je n'avais pas pu apercevoir lors de ma phase de repérage. Il a été spécialement difficile de naviguer parmi les archives non répertoriées du SNPNC. Multiplier les fonds permet, dans une certaine mesure, de combler ces lacunes en croisant les données et en décalant parfois l'angle d'analyse historique.

Périodisation

L'histoire de l'aviation civile

Denis Parenteau, ancien président de l'association du Musée d'Air France et fin connaisseur des archives disponibles du musée Air France, a publié *Dans tous les ciels* en 2012[182]. Sous la forme d'un beau livre, il reprend l'historiographie du développement de la compagnie nationale que proposait déjà le musée en 2000[183]. La compagnie revendique un découpage chronologique selon six périodes :

- des origines à la naissance (1909-1933)
- la naissance et le choc de la guerre (1933-1945)
- la nouvelle dimension ou l'âge d'or (1945-1960)
- l'ère des jets (1960-1980)
- le transport aérien à la portée de tous (1980-2000)
- le transport aérien à l'heure de la mondialisation (2000-2015)

Cette chronologie est en partie motivée par la transformation des technologies de vol. La mise en ligne opérationnelle des avions à réaction en 1960 transforme la physionomie des vols et de leur organisation. De la même manière, le déploiement des « gros-porteurs » à partir de 1970 (soit la mise en ligne du Boeing 747) cristallise l'intérêt des compagnies sur les masses de vacancier·ère·s. Sur le deuxième XX^{ème} siècle, l'histoire de l'aviation est – comme on a pu le voir – clairement rythmée par l'histoire des techniques. En revanche, si nous comprenons la mise en place de telles bornes, nous n'en partageons pas totalement la signification. La périodisation du musée peut être nuancée dans son contenu, en particulier lorsqu'elle annonce un « âge d'or » tout relatif aux vues des résultats économiques, ou bien « un transport aérien à la portée de tous ». À ce sujet, l'article de Yoan Demoli et Jeanne Subtil est éclairant : ce que le discours dominant a nommé la démocratisation du transport aérien ne reflète pas la réalité. L'analyse sociologique de la consommation témoigne d'un usage de l'avion encore largement

[182] Denis Parenteau, *Dans tous les ciels*, Ouest France, 2012, 128 p.

[183] Musée Air France, *Air France : un siècle d'aviation civile,* édité par le Musée Air France, Service du patrimoine historique et culturel, 2000, 28 p.

différencié en fonction de la classe[184]. Ainsi, ces énoncés ressemblent davantage à des affirmations commerciales qu'à des propositions historiennes.

Au regard de l'histoire spécifique du PNC, les ruptures ne coïncident pas complètement avec l'histoire de la compagnie. Dans son rapport sur le métier PNC, Maurice Delaigue présente trois phases historiques :

- Des débuts de l'aviation commerciale jusqu'à 1954, le métier n'est pas soumis à des méthodes spécifiques et se rapproche davantage des professionnel·le·s de l'hôtellerie.
- De 1954 à 1970, on observe une « *mise en place progressive de méthodes de service de liaison en lien avec la féminisation des équipages, l'augmentation des capacités et de la vitesse des avions* »[185].
- Après 1970, il décrit une standardisation des méthodes de gestion du personnel.

Ces jalons historiques concordent tout à fait avec ce que nous observons dans les archives. Il s'agit tout de même de préciser davantage ce qui caractérise ces séquences.

La période 1945 – 1954 se caractérise par la constitution d'un groupe professionnel. Elle annonce la fin d'une phase artisanale et la standardisation progressive des protocoles de service. L'ouverture internationale d'Air France, le déploiement d'une nouvelle flotte et la croissance soutenue du nombre de passager·ère·s implique une adaptation rapide du métier. Encore peu balisé, l'environnement professionnel du personnel de bord se codifie progressivement jusqu'à l'intégration des PNC aux statuts officiels du personnel navigant en 1954. Cela annonce une valorisation institutionnelle du travail en cabine et ouvre sur sa deuxième phase historique.

On observe sur la période 1954 – 1970 la professionnalisation du PNC. La conversion d'Air France au transport à réaction change sa relation au personnel de cabine, dont le rôle devient plus que jamais nécessaire. C'est une période qui retrace leur intégration définitive à la dynamique commerciale de l'entreprise, notamment par le biais de leur féminisation,

[184] Yoann Demoli et Jeanne Subtil, « Boarding Class, mesurer la démocratisation du transport aérien en France (1974-2008) », *Sociologie,* n°10, PUF, 2019, pp. 131-151

[185] Maurice Delaigue, *opus. cit.*

faisant du service à bord un levier déterminant dans la politique économique d'Air France. Ce statut conforte par conséquent leur action syndicale, qui s'impose dans les grèves de 1960 au lancement du Boeing 707.

La période 1970 – 1996 se caractérise par un processus dégradation du métier PNC. Le Boeing 747 donne au service à bord une nouvelle ampleur. Air France attache en conséquence une importance croissante à la communication dans l'entreprise et au sein des équipages (notamment dans la confection des plans de vol). Le système d'embauche et de formation se complexifie, les syndicats s'engagent dans la rédaction des toutes premières conventions collectives et l'encadrement sollicite davantage le travail émotionnel des hôtesses, répondant à des critères par ailleurs de plus en plus élaborés. La dérégulation progressive du marché impacte profondément le travail en cabine. Il semblerait qu'on puisse parler d'une phase de normalisation de la profession, où les bénéfices matériels des PNC sont détériorés. Cette séquence annonce le virage culturel que prend l'aviation civile, celui d'un service d'exception désormais massifié, figure ordinaire d'une économie mondialisée. La généralisation du divertissement individualisé (écrans individuels, écouteurs, etc.) à partir des années 1990 marque un point de non retour, transformant totalement le service à bord.

L'offensive atlantiste en Iraq lors de la première guerre du Golfe se répercute dramatiquement sur l'aviation marchande. Malgré le plan de rigueur annoncé par Air France dès février 1991, la compagnie nationale bat de l'aile. À la suite de ces difficultés financières qui la paralysent, un vaste plan de restructuration sociale est lancé sous la présidence de Christian Blanc dès 1993 : proposition de privatisation du capital d'Air France, contractualisation des pilotes, fusion avec Air Inter en 1996, etc. Ce plan social, marqué par une haute conflictualité sociale, transforme cette entreprise historique, tant dans sa manière de fonctionner que dans son identité commerciale. Notre travail de recherche s'arrête en 1991, date à partir de laquelle notre angle problématique semble presque obsolète au regard des reconfigurations de la compagnie.

Choix des séquences historiques

En recoupant les différentes historiographies évoquées, nous avons choisi de séquencer notre travail historique sur quatre périodes. La première correspond à la phase identifiée comme le début de la constitution des PNC (1945-1954). Ce premier chapitre

s'intéresse au contexte socio-culturel qui donne naissance à la profession d'hôtesse de l'air, fortement médiatisée.

Le deuxième chapitre s'intéresse à une courte période de modernisation d'Air France, en terme d'image commerciale et de politique économique (1954-1960). C'est dans cette séquence qu'on observe une grande activité syndicale en faveur de la professionnalisation du personnel de cabine, débouchant sur la reconnaissance de compétences professionnelles spécifiques. Malgré une temporalité ramassée, il nous semblait important d'analyser ce tournant des années 1960 dans une partie à part entière, tant on observe chez Air France et son personnel des transformations rapides. La modernité est dans cette séquence formulée comme un argument commercial de manière explicite.

Le troisième chapitre se concentre sur les débuts de « l'âge de la réaction », soit le début effective des avions à réaction jusqu'à l'arrivée des gros-porteurs (1960-1970). La décennie des années 1960 correspondent à la féminisation du personnel d'Air France et à la commercialisation de l'image de l'hôtesse de l'air. Cette dernière s'insère dans les bouleversements culturels que connaît la France sur cette période, notamment l'apparition de la « jeunesse » sur la scène politico-économique.

Le dernier chapitre observe dans la décennie 1970 la dégradation de l'environnement professionnel et la fin d'un mythe associé au travail navigant, qui se prolonge plus largement sur la décennie 1980. Cette période est marquée par la rénovation des cadres managériaux, dont on observe les effets dans l'encadrement d'Air France et sur sa compréhension du rôle des hôtesses de l'air. Si nous prolongeons l'analyse jusqu'en 1991, nous ne mobilisons que peu de matériel historique des années 1980 : d'une très grande densité, il nous a manqué du temps pour exploiter au mieux les archives du SNPNC, nécessaires à la réalisation de cette étude.

Repères chronologiques et statistiques

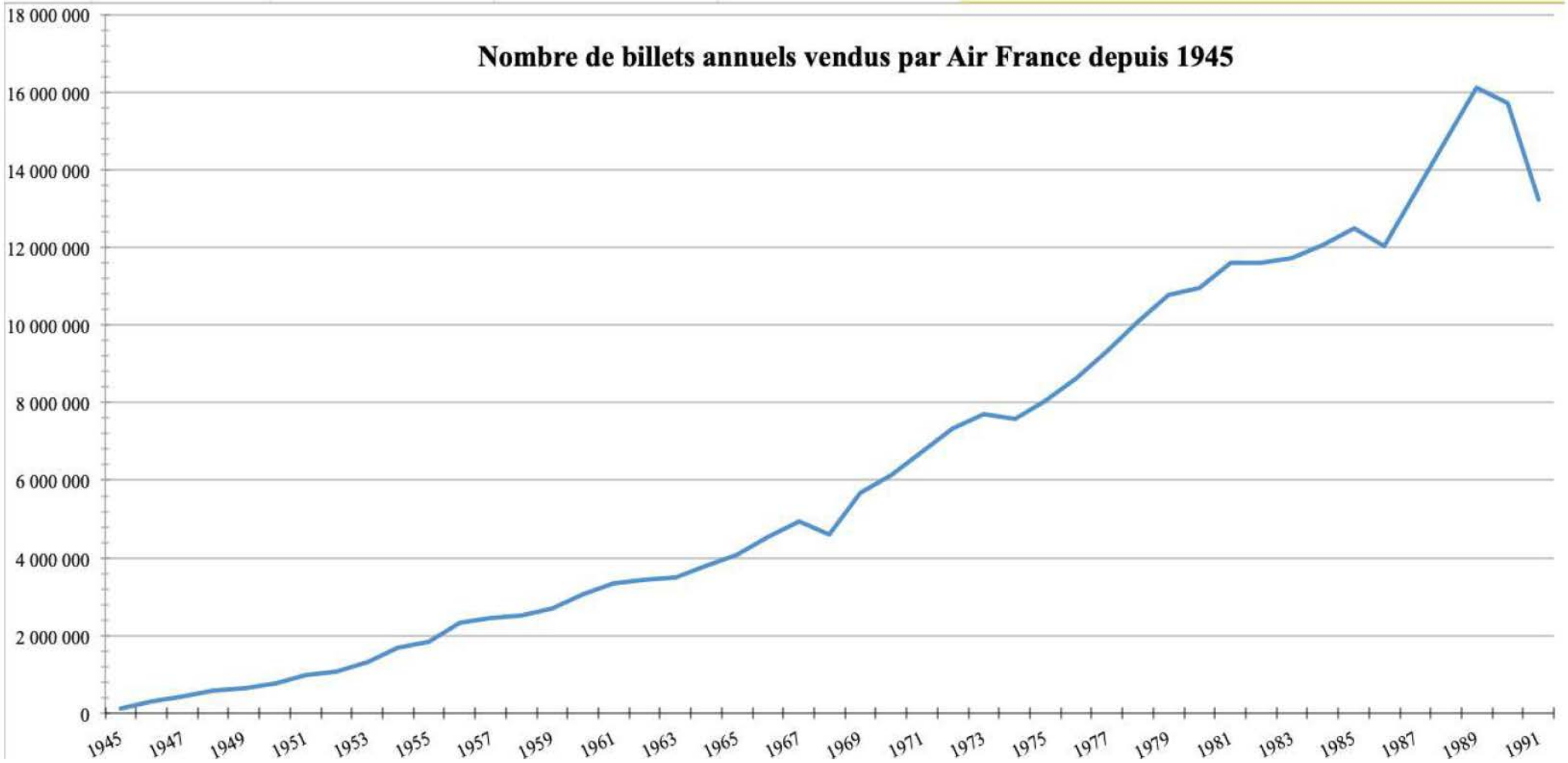
À travers quelques graphiques, nous proposons des repères statistiques pour appréhender un objet historique méconnu. D'abord, il semble primordial de chiffrer la croissance du transport aérien sur notre période, déterminante dans l'essor économique des compagnies (voir graphique n°1). Air France, qui draine la majorité du trafic français, grossit de manière constante et conséquente tout au long du deuxième XX^{ème} siècle. Signal de cette croissance, le nombre de tickets vendus par an augmente significativement, selon un taux régulier. On observe quatre mouvements de récession : 1968 (mouvements sociaux et paralysie des aéroports), 1973 (premier choc pétrolier), 1986 (contre-choc pétrolier) et 1991 (première guerre du Golfe). Cela traduit la fragilité du marché aérien, totalement perméable aux conjonctures économiques annuelles.

L'augmentation du trafic aérien amorce logiquement le gonflement des entreprises aériennes. Les effectifs d'Air France connaissent une croissance soutenue sur toute la période, avec un dynamisme particulièrement marqué dans les années d'après-guerre et au tournant des années 1960 (avec l'arrivée des appareils à réaction). L'entreprise nationale est une grande structure dont le niveau d'embauche lui confère un prestige et une importance politique non négligeable. Air France divise son personnel selon deux statuts. Le personnel non-navigant, également appelé personnel au sol (PS), est chargé de la maintenance, du nettoyage et de l'entretien de la flotte, des tâches administratives et de secrétariat ainsi que du système de réservation. C'est de loin le personnel le plus nombreux. Nous n'y prêtons qu'une attention très limitée, car ils sont complètement différenciés du personnel navigant (PN) par les bilans sociaux, que ce soit dans les statuts, les collèges ou les espaces de travail. Pour se donner une idée, l'actuel siège d'Air France à Roissy compte deux réfectoires différenciés, le premier accueille le personnel au sol tandis que le second est réservé au personnel navigant. Ce dernier est minoritaire mais concentre largement l'attention médiatique et celle des politiques commerciales. Les graphiques suivants sont élaborés sur la base des annuaires statistiques de la direction du personnel (jusqu'en 1974) et des bilans sociaux de la direction générale de (1974 à 1991). Les effectifs sont comptabilisés au premier jour de chaque mois. Nous y avons inclus le personnel expatrié et le personnel embauché localement (c'est-à-dire à dans les escales à l'étranger, soit environ 5000 personnels au sol sur la décennie 1980).

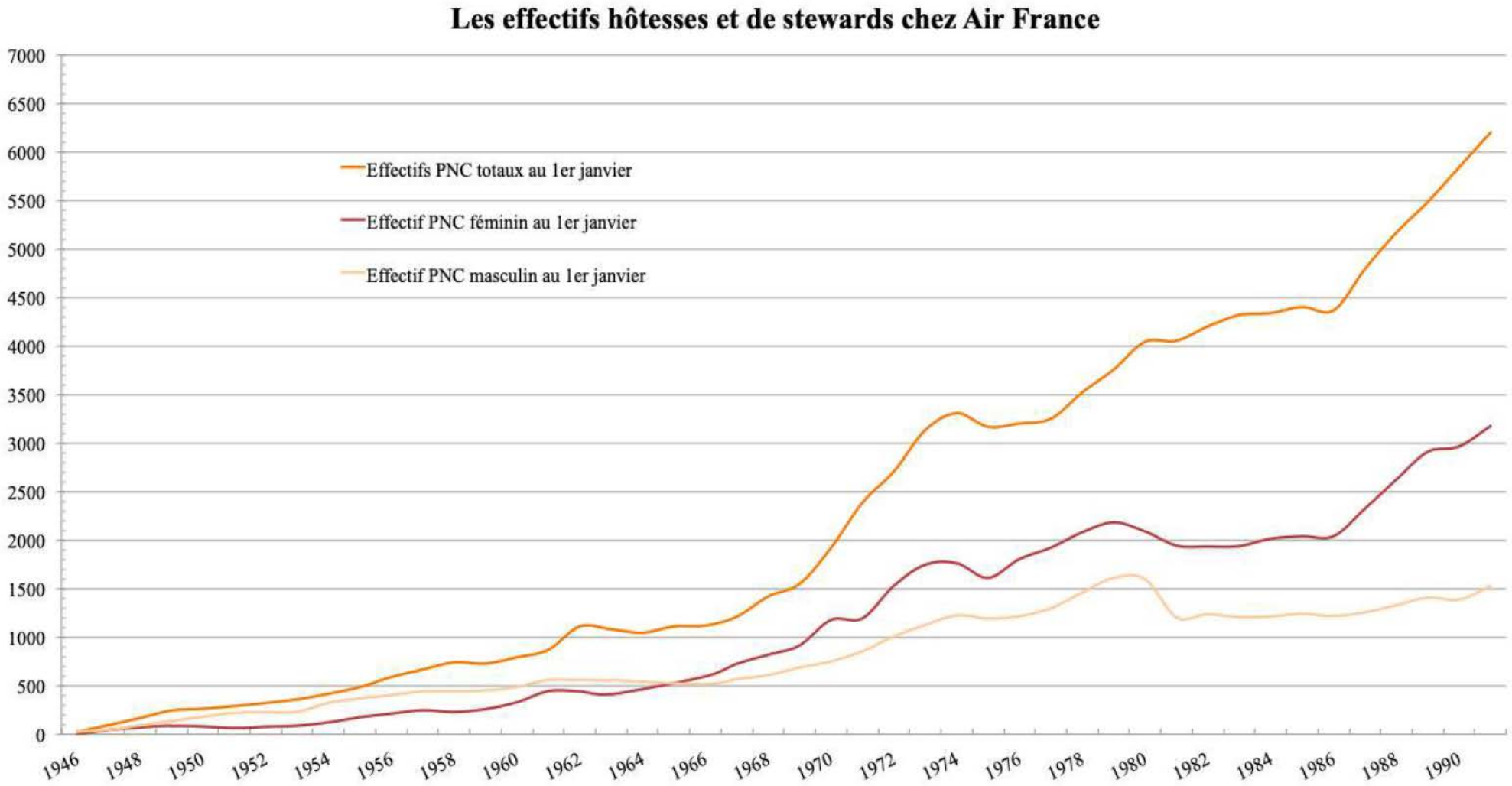
Le personnel navigant gagne en importance numérique à mesure que la flotte d'Air France se dote d'appareils gros-porteurs, augmentant de façon conséquente la taille des équipages (voir graphique n°2). Par exemple, un Boeing 747 en vol mixte (divisé en deux classes) compte jusqu'à 18 PNC pour 413 passager·ère·s en 1981[186]. Le PN représente en moyenne 10% des effectifs totaux entre 1947 et 1968. À partir de 1970 (13%), il bénéficie de nouvelles politiques d'embauche jusqu'à totaliser 20% des effectifs de la compagnie en 1990. La part des hôtesses de l'air dans l'effectif total ne fait qu'augmenter et les femmes deviennent majoritaires au milieu des années 1960.

Rôle marginal dans les premières décennies d'après-guerre comparé aux PNT, le PNC devient majoritaire dans les équipages (voir graphique n°3). Cela s'explique directement par l'automatisation des systèmes de vol, qui rendent les fonctions de navigateurs, de radios et de mécaniciens navigants progressivement obsolètes. Si le personnel de cabine ne représente que 25% du PN en 1950, il devient majoritaire en 1970 atteignant jusqu'à 70% des effectifs PN en 1990.

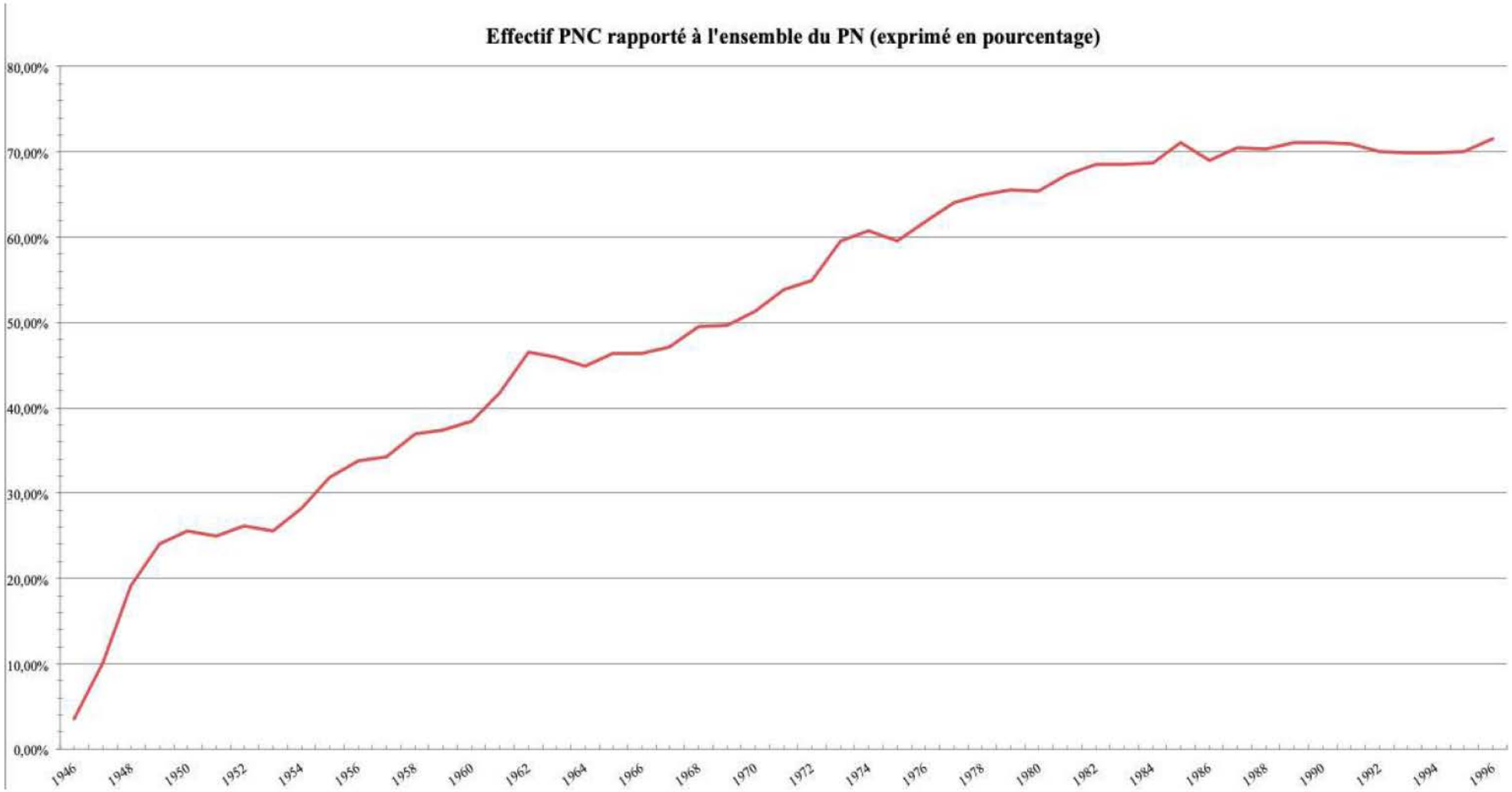
[186] Protocole d'accord relatif aux long-courriers, convention collective d'avril 1981. Archives du musée Air France.



Graphique n°1: l'augmentation du trafic aérien, réalisé avec les bulletins d'activité Air France



Graphique n°2 : la féminisation du PNC d'Air France, réalisé avec les fonds d'Air France. Les valeurs pour les années 1946, 1948, 1950, 1964 et 1965 sont incomplètes faute de sources précises (absence de bulletin statistique).



Graphique n°3 : la « commercialisation » des équipages d'Air France. Réalisé avec les fonds d'Air France.

CHAPITRE 1 : LE PERSONNEL DE CABINE COMME EMBLÈME DE LA RÉGÉNÉRATION NATIONALE (DES ANNÉES 1930 À 1954)

Ce premier chapitre cherche à explorer les origines du mythe de l'hôtesse de l'air en France, afin d'en mettre à jour les fondamentaux économiques et culturels. Comme il n'est aucune représentation sociale qui naisse sans support historique préexistant, la première partie s'attarde sur le travail en cabine avant la Seconde Guerre Mondiale. Il est déjà possible d'envisager comment les rapports de genre ont cristallisé des identités professionnelles, notamment celle du steward, dont la masculinité diffère de celle exprimée par les pilotes et les mécaniciens.

Afin de respecter la chronologie des évènements, nous consacrons une deuxième partie au conflit de 1940-1945. Il est essentiel d'identifier le lien resserré entre identités de genre et sentiment national dans le moment charnière de la Libération. La nationalisation d'Air France en janvier 1946 et la mise en avant des premières hôtesses de l'air s'inscrit pleinement dans ce processus simultané de régénération de la Nation et des structures genrées. Le corpus de sources exploité renvoie essentiellement à la presse et des revues d'entreprise.

La troisième partie, cœur de notre travail d'archive, s'attache à la réalité professionnelle, sociologique et culturelle des hôtesses de l'air. Si les femmes de l'air ont été principalement formées aux techniques aéronautiques et d'infirmerie, la Compagnie Nationale investit cette nouvelle profession d'une mission de représentation et de mondanité, engageant davantage des aptitudes féminines. Étant un métier largement relationnel, il convient également d'analyser les formes que prennent les différentes interactions de l'entreprise, que ce soit le rapport à l'équipage ou le rapport à la direction, ou bien, plus spécifique encore, le rapport au mariage et aux pilotes. À travers une discussion entre les sources de l'histoire sociale et celles de l'histoire culturelle, nous avons tenté de dresser le tableau le plus précis possible des premières générations d'hôtesses et de leur trajectoire professionnelle.

Enfin, la quatrième partie inscrit cette histoire spécifique dans le cadre global de la modernisation de la France d'après-guerre. En comprenant le tourisme comme un vecteur

essentiel de cette modernité, à la fois économique et culturel, nous engageons une réflexion sur le rôle spécifique de l'aviation et de son imaginaire, une loupe particulièrement grossissante de cette histoire culturelle. En guise de fermeture de ce premier chapitre, le quatrième bloc tente d'isoler une définition de la modernité et ses implications genrées..

1.1. A l'origine du mythe, le premier personnel de service embarqué

Avant toute chose, il faut insister sur la dimension originellement masculine du service en cabine. Contrairement aux idées reçues, ce sont les hôtesses de l'air qui s'installent progressivement dans un corps professionnel dominé par les hommes, et non l'inverse.

1.1.1. Les « jockey des airs » : un poids plume dans un monstre d'acier

Les stewards sont les premiers à officier à bord des avions et c'est par conséquent eux qui définissent historiquement les cadres d'exercice du métier. Selon Phil Tiemeyer, le premier steward officialisé est Amaury Sanchez, états-unien d'origine cubaine, qui officie à bord d'un Fokker F-7 le 16 janvier 1928, à l'occasion d'un vol inaugural de la Pan Am. D'autres hommes avaient déjà pris le rôle de barman à bord des appareils, mais de façon officieuse[187]. Air Union embauche dès 1923 des garçons de cabine qui évoluent au côté de la clientèle du *Golden Ray*. L'activité aérienne entre Londres et Paris est un marché clé pour Air France, comme le rappelle l'affiche iconique de Roger de Valeiro, célébrant « *le confort qui va vite* », en 1h30, symbolisée par l'ombre portée de la Tour Eiffel par-delà la Manche[188]. Un article du *Air France London News Bulletin* célébre l'introduction d'un Marcel Bloch 220 sur la ligne Paris-Londres d'Air France en 1938, capable de transporter 16 passager·ère·s en 75 minutes. Les stewards y sont progressivement chargés de la restauration et du confort matériel de la clientèle. L'article insiste sur leur rôle multifonctionnel : à la fois ambassadeur, maître d'hôtel, *Hall Porter*, interprète ou infirmier, ils sont capable de relayer d'urgence des collègues stewards qui opèrent sur des lignes nautiques[189]. La plupart sont en effet d'anciens employés des compagnies maritimes ou des établissements hôteliers. Ces derniers sont des espaces privilégiés pour apprendre les codes du service spécifique au luxe.

1.1.1.1. Les origines du steward d'Air France

C'est le cas de Lucien Boudet, premier steward français embauché par Air France le 22 mai 1935. Il travaille sur la ligne Paris-Londres où officient déjà 5 stewards anglais. Formé à l'hôtellerie, il est embauché dès 1931 dans le restaurant les « Sept Merveilles », dans

[187] Phil Tiemeyer, Plane Queer, Labor, Sexuality and AIDS in the History of Male Flight Attendants, University of California Press, 2013, p. 34.

[188] Affiche De Roger de Valeiro, 1936, archive du Musée Air France.

[189] « The Steward », *Air France London News Bulletin,* non daté mais très probablement édité au printemps 1938.

« *lequel les grands de l'Aéropostale avait fait leur PC* [poste de commandement] *à l'escale d'Alger* »[190]. Ce contact avec le monde navigant, en particulier avec les figures légendaires de Mermoz ou de Saint-Exupéry, lui donne un accès privilégié à l'aviation civile. Il entre chez Air France à 21 ans. Son premier vol se fait dans un Potez 62 non pressurisé avec 10 passager·ère·s[191], assisté par le steward anglais Cramer, plus expérimenté. Le service sur ce type d'appareil consiste surtout à s'occuper des passager·ère·s malades, tant les avions étaient pris dans les masses d'air turbulentes à basse altitude, faute de pouvoir voler plus haut. Le manque de formation était quant à lui comblé par l'apprentissage pratique « sur le tas », qu'assuraient quelques figures d'expérience – certains des premiers stewards anglais allant jusqu'à être des retraités des croisières transatlantiques[192]. La loi du 25 mars 1936 vient fixer les statuts du personnel navigant et valide l'existence du personnel complémentaire de bord (dont les fonctions ne sont pas légalement limitées et relève de la créativité des compagnie) sans toutefois exiger de lui un diplôme spécifique[193]. C'est grâce à une intense activité syndicale que les stewards délimitent leur cadre d'exercice, encore très peu défini. Le rôle de l'ancienneté est important : Lucien Boudet devient ainsi le délégué des stewards mobilisés autour de revendications salariales. Il milite notamment pour la création d'un statut de Chef Steward dès janvier 1947, équivalent à ce qui existe alors chez les hôtesses, afin de créer une meilleure cohésion d'équipage en évitant les flous hiérarchiques[194]. Célébré pour sa longévité, Air France lui organise une réception d'honneur lors de son dernier vol le 30 décembre 1960, en hommage à ses 25 ans de service aérien[195].

En plus d'être peu défini, le rôle du steward relève d'une certaine précarité. Avant le déploiement des Bloch MB 220 et des Dewoitine 338 en 1938, une condition requise pour accéder à l'emploi « *est de ne pas peser plus de 60 kg* ». Contrairement aux corps plus volumineux des pilotes (on retrouve facilement des photos de Mermoz en maillot de bain), les

[190] *France-Aviation,* N°18. Mai 1956

[191] La pressurisation de l'appareil permet le vol à haute altitude sans mettre en danger les humains à bord, exposés aux dangers physiologiques des variations de pressions à la montée ou à la descente de l'appareil, ainsi qu'au manque d'oxygène. Le premier avion commercial pressurisé est le Boeing 307 Stratoliner mis en service en 1938. Le Lockheed Constellation construit en 1943 et l'appareil pressurisé le plus commercialisé.

[192] « The Steward », *opus.cit*

[193] Loi du 25 mars 1936 fixant le statut du personnel navigant de l'aéronautique civile (arrêté de promulgation n°486 C du 27 ami 1936).

[194] Additif à la note du 14 janvier 1947 concernant les revendications des stewards, Lucien Boudet. Archives du SNPNC

[195] Air France communiqué n°223, « Le plus ancien steward du monde », 27 décembre 1960, archives du musée Air France.

« jockey des airs » étaient très fins. Leur présence à bord n'étant pas un impératif de sécurité ; ils pouvaient ne pas voler si un passager présentait un surpoids évident. Lucien Boudet témoigne par exemple avoir été « *débarqué comme un vulgaire sac de sable pour excédent de poids* »[196]. Le salaire qu'évoque Lucien Boudet dans son entretien pour *France Aviation* orbite autour de 900 francs par mois (548 euros de 2024), soit bien moins qu'un manœuvre, dont le revenu mensuel net est de 1595 franc en 1938 (971 euros)[197] . En revanche, il indique que ce maigre revenu est compensé par les ventes de nourriture et d'alcool (poulet froid et champagne), mais surtout par les nombreux pourboires. Cette pratique du pourboire joue un rôle catalyseur dans la fabrication de l'identité professionnelle des stewards : c'est en militant contre sa suppression qu'ils construisent un rapport de force avec la direction d'Air France. En envoyant une lettre à cette dernière en juin 1938, 12 « barmen » se regroupent dans un ensemble de revendications. Ils demandent, entre autres, une plus grande considération dans la communication d'entreprise, une meilleure prise en charge des indemnités de déplacement, la titularisation des postes et la création d'une prime kilométrique remplaçant le pourboire[198]. Dans une autre lettre du 20 juin 1939, les barmen du Bourget contestent la décision de la direction de les faire travailler comme interprètes aux portillons de l'aéroport. Ils argumentent sur la spécificité aérienne de leur fonction et sur la quantité énorme de travail qu'ils fournissent déjà : 30 000 km de vol mensuels pour la plupart, pouvant aller jusqu'à 40 000 km[199]. Les stewards cherchent à faire reconnaître matériellement et symboliquement leur fonction de personnel navigant, au même titre que le reste de l'équipage, avec lequel ils partagent les horaires, les risques et la pénibilité (fatigue physique, sommeil, décalage horaire, etc.)[200]. Dans cette perspective, le salaire est jugé largement insuffisant et la non intégration au système de prime discriminant.

1.1.1.2 Le steward saisi par des rapports de genre ambivalents

[196] *France-Aviation, opus. cit.*

[197] D'après l'étude « Evolution des salaires et des traitements en 1947 », publiée dans la revue *Economie et statistique,* n°3, 1948, pp. 3-23. Conversion faite grâce au convertisseur monétaire de l'INSEE.

[198] *Lettre de Jean Béray,* 3 juin 1938. Archives du SNPNC

[199] Lettre à la direction, 30 juin 1939, Archives du SNPNC

[200] *ibid.*

Sur un plan davantage analytique, cette recherche de légitimité professionnelle se recoupe au système de genre localisé dans l'espace de l'avion. La répartition des tâches professionnelles à bord renvoie à une hiérarchisation des identités de genre, que la culture des différents bassins d'embauche vient renforcer. Depuis la fin des années 1930, les pilotes sont des militaires reconvertis au civil. En 1955, un commandant de bord explique aux lycéen·ne·s que seule l'armée permet d'accéder aux 500 heures de vol requises avant 30 ans pour obtenir la licence de vol[201]. À l'inverse, les stewards viennent des métiers de service. Il importe d'insister sur le continuum historique liant les pratiques et les représentations de l'hôtellerie. Depuis l'âge d'or des paquebots transocéaniques jusqu'à l'aviation civile naissante dans l'entre-deux-guerres, les imaginaires liés à ces univers professionnels sont faiblement transformés. L'esthétique « marine » des uniformes des stewards chez Air France, très peu modifiée sur toute la deuxième moitié du XX^{ème} siècle, en signale d'ailleurs la longévité[202].

Dans un ensemble de textes portant sur les croisières caribéennes aux États-Unis dans l'entre-deux-guerres, Allan Berube livre quelques clés analytiques pour comprendre comment l'économie du tourisme de luxe compose historiquement avec les rapports de genre. Le paquebot est divisé spatialement entre différents corps de métier : en haut les capitaines, au milieu, les matelots et les mécaniciens, en bas les stewards. Cette hiérarchisation spatiale se confond avec une hiérarchisation raciale et des identités sexuelles : *« les stewards font communément ce que l'on appelle un « travail de femme » ou du « travail de nègre », soit le service personnel et l'entretien ménager »*[203]. Dans un environnement technologique tel que le paquebot ou l'avion, les corps de métier sont valorisés en fonction de leur proximité à la technicité – liée nécessairement au degré de responsabilité sur la vie des autres. Le capitaine de bateau et le pilote concentrent plusieurs attributs de la domination masculine, dont une des modalités apparaît dans l'appropriation par les hommes de l'accès, de l'usage et de la connaissance des technologies[204]. En occupant les espaces d'un travail socialement prestigieux, la masculinité dominante délaisse d'autres espaces professionnels, dès lors

[201] *France Aviation,* n°8, juillet 1955.

[202] Florence Muller, *Elégances aériennes, une histoire des uniformes d'Air France,* Editions internes d'Air France, 2004, 135 p.

[203] Series III: Major Project Records. Series III.B.2 Marine Cooks and Stewards Union Slide Shows and Talks, 1992-2006: Slide Show Revision Notes, Script Drafts and Chronologies, 1994-1996: MCS Slide Show Script (Franch), February 1996. 1994-1996. MS The Allan Berube Papers: Series III: Major Project Records Box 41, Folder 13. Gay, Lesbian, Bisexual, and Transgender Historical Society. *Archives of Sexuality & Gender*,

[204] Cynthia Cockburn et Marie Ploux, « Le matériel dans le pouvoir masculin », *in Les Cahiers du genre,* n°36, 2004, pp. 86-120

dévalorisés parce qu'associés à la féminité et/ou à la saleté (« *travail de femme*», « *travail de nègre* »). Pour faire système, la masculinité hégémonique subordonne ou marginalise d'autres expressions de la masculinité, en particulier celle « dévirilisée » qu'elle prête aux groupes homosexuels[205].

En accord avec l'analyse de Phil Tiemeyer, l'effort technologique pour domestiquer l'aviation implique une domestication du travail à bord et, par conséquent, de ceux qui s'en occupent. Les « *male stewardess* » états-uniens concentrent les attributs d'une masculinité féminisée, dont le mode de présence s'inspire des milieux urbains où se forment les contours de la communauté gay – avec toute la complexité que peut porter cette appellation dans l'Amérique des années 1920[206]. Les compagnies aériennes mettent en valeur cette masculinité douce, servicielle et infantile, afin de satisfaire les habitudes d'une clientèle bourgeoise. Cette dernière est grande consommatrice des milieux nocturnes et mondains, dans lesquels la subversion de genre est une composante indissociable de ce que la « grande ville moderne » construit comme culture sexuelle spécifique[207]. En 1933, une campagne commerciale de Pan Am présente Rodney The Smiling Steward (voir figure n°2), un jeune homme blanc habillé d'une veste couleur ivoire et d'une cravate lissée. Selon Phil Tiemeyer, son allure presque poupine invite l'usager à s'en saisir, le plaçant par conséquent dans le rôle féminisé de la chosification sexuelle. Le succès de cette publicité témoigne d'un imaginaire radicalement opposé à celui qui se construit autour de la classe ouvrière blanche, dont la masculinité proposée repose surtout sur le muscle et l'endurance, excluant de fait le métier de service en cabine du monde laborieux traditionnel. La compagnie Eastern cherche à promouvoir elle aussi cette « *gayness* » en proposant des uniformes stylisés, qu'elle présente au lectorat de sa presse d'entreprise en 1936 sous la connotation « *Fashion Preview* ». Un steward va même parader quelques mois après dans un défilé de mode, espace privilégié des corporalités féminines.

[205] R.W. Connell et James W. Messerschmidt, *opus. cit.*

[206] Phil Tiemeyer, *opus. cit.* 40.

[207] Florence Tamagne, « Histoire des homosexualités en Europe : un état des lieux », *Revue d'histoire moderne et contemporaine,* 2006/4, n°53, pp. 7-31

Illustration n°2 : le corps frêle du steward, *Rodney The Smiling Steward*. Image issue d'un article de *Pan American Air Ways*, vol. 4, n°1, mars 1933.

À mesure que l'aviation des années 1930 se popularise et investit des espaces culturels plus vastes, les compagnies aériennes dévalorisent progressivement l'imaginaire qu'elles avaient elles-mêmes contribué à façonner. En avril 1937, un article à vocation humoristique publié par Eastern insiste sur le rôle maternant du personnel embarqué. Un grand-père et son fils se retrouvent totalement dépourvus quand leur très jeune enfant salit sa couche et pleure. Le steward intervient vaillamment pour langer le bébé. Pour justifier la maîtrise de ce savoir-faire féminisé, il propose avec humour de montrer son certificat de mariage. En cherchant à valider son hétérosexualité de la sorte, le récit réalise l'exact inverse ; les deux pères de famille, avatars de l'hétérosexualité normative et par conséquent mariés eux-aussi, ne peuvent *justement pas* changer une couche dans le cadre matrimonial, au regard de la distribution sexuée des rôles domestiques. Cette idée se renouvelle vingt ans plus tard, lorsque Robert Savreux, collaborateur à la revue *France Aviation*, explique que les stewards sont plus capables de changer les bébés que les hôtesses, du fait de leur situation matrimoniale[208] – les hôtesses étant célibataires par obligation. Michel David, un steward d'Air France qui exerce

[208] *France Aviation*, n°25, décembre 1956.

au tournant des années 1950, raconte également dans son autobiographie de 1993 qu'il avait su s'occuper d'un bébé sali quand l'hôtesse était dépassée par la situation. Son expérience de père lui avait appris à langer et nourrir l'enfant[209]. On retrouve encore cette ligne discursive dans une caricature de juin 1960. Dans un métier alors en pleine voie de féminisation (voir chapitre 3), c'est un steward qui se charge du service aux enfants de bas-âge. Le dessin est révélateur lorsqu'on considère les regards courroucés des deux passagers, qui contemplent le steward au visage attendri et doux, prêtant une attention toute maternelle au bonheur de l'enfant dont la mère s'est endormie (voir figure n°3)[210].

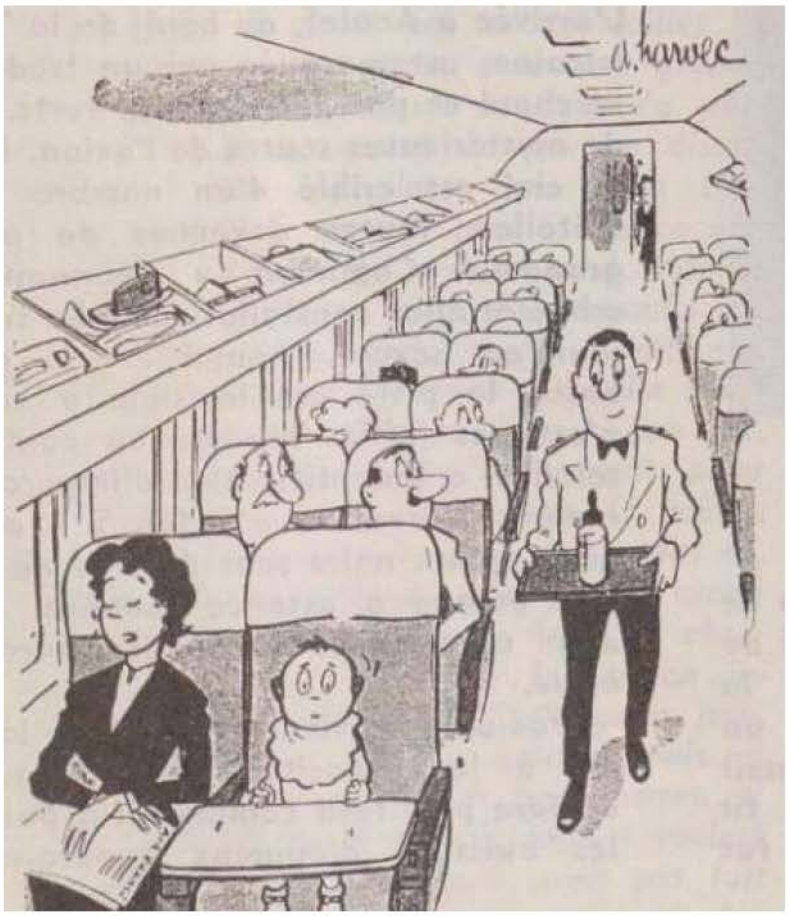


Illustration n°3 : le steward maternant, *France Aviation,* n°65, avril 1960

Le courage du steward se mesure à sa capacité à se mettre à disposition des autres, tandis que les pilotes sont loués, dans le même moment historique, pour leur technicité, leur héroïsme et leur niveau de responsabilité sur la vie des gens. Michel David s'attarde par ailleurs sur le geste du commandant de bord qui utilisa le linge souillé pour s'essuyer la sueur

[209] Michel David, *Racontez-nous steward*, 1993. Archives du musée Air France.

[210] *France Aviation*, n°65, avril 1960.

du front, après avoir sauver l'avion qui prenait feu. Hasard ? Vengeance personnelle ? Toujours est-il que cette anecdote révèle la tension entre les deux corps de métier, l'un incarnant une masculinité glorifiée, l'autre une masculinité dévirilisée. La frontière entre le cockpit et la cabine se prolonge ainsi sous la forme d'un discours venant séparer le masculin du féminin, s'assurant ainsi de maintenir hermétiques les fonctions professionnelles.

Le steward devient à la fin des années 1930 un objet de moquerie, révélant l'homophobie structurante du monde aérien. Dans la série *Tale Wind* publiée par la Pan Am au cours de l'été 1938, le dessinateur Vic Zimmerman invente le personnage de Barney Bullarney, un steward systématiquement bizuté par le reste de l'équipage. Son homosexualité supposée est moquée dans des gestes caricaturaux, comme, par exemple, lorsque le mécanicien de bord – figure virile de l'ouvrier – lui pique les fesses avec un fer, à la façon d'une fessée cul-nu. Il s'agit selon l'ouvrier de le faire crier pour mesurer les propriétés acoustiques d'une pièce aéronautique[211]. L'ensemble des membres de l'équipage sont plus vieux, plus grands, plus musclés que Barney, renforçant l'idée d'une barrière identitaire infranchissable : d'un côté les hommes aux mains de cambouis et aux cuisses tanquées, de l'autre les hommes aux visages crémés et aux jambes frêles.

Ce qui apparaît de manière évidente aux États-Unis est toutefois moins visible en France, où les femmes ne sont pas encore admises à bord des avions. La féminisation du métier et les stéréotypes de genre qui lui sont attribués n'apparaissent donc pas de manière significative. Sans empiéter sur la suite, il faut tout de même signaler le lien étroit entre la féminisation quantitative des équipages de cabine et la construction des représentations genrées des stewards. C'est finalement par le soucis de capter la clientèle d'affaire états-unienne, particulièrement active dans le contexte de reconstruction de l'Europe d'après-guerre (Jean Boucoirain, directeur général du tourisme, annonce 200 704 états-unien·ne·s voyageant vers l'Europe en 1950, parlant « *d'explosion du chiffre* »[212]), que l'aviation civile européenne importe des imaginaires et des pratiques professionnelles fabriqués aux États-Unis, qui vont largement contribuer à cimenter les représentations françaises, tant des stewards que des toutes jeunes *stewardesses*.

1.1.2. De la mer au ciel, à la trace des hôtesses de l'air dans la culture occidentale

[211] Phil Tiemeyer, *opus. cit.* n°79

[212] *France Aviation*, n°9, août 1955.

1.1.2.1 Un métier vieux comme les naufrages

Les origines de la *stewardess,* que la presse nomme à de rares exceptions « *barman des airs* »[213], sont similaires à celles de son homologue masculin. Ce sont des femmes embauchées par les compagnies de transport maritime, dans le but d'accommoder le voyage de passager·ère·s plus ou moins illustres. Ce sont surtout les naufrages qui les font exister dans la presse francophone au XIX[ème] siècle. Ainsi du trois-mâts *William-Laytin* qui devait rejoindre Anvers depuis New-York en 1854, où des lames gigantesques noyèrent une *stewardess* et quatre matelots[214]. Ann Brown, seule femme parmi l'équipage masculin, meurt dans l'incendie du steamer *Leo* en 1877, censé relier Savannah (États-Unis) à Nassau (Allemagne)[215]. Les *stewardess* accompagnent le développement du transport par paquebot, dont l'âge d'or est marqué par l'accélération des processus coloniaux et par la transformation des politiques commerciales. Les grandes compagnies, à l'instar des Messageries Maritimes, investissent dans un service luxueux et mondain. Les distractions proposées cherchent à atténuer la pénibilité des grandes traversées transocéaniques. Le voyage en paquebot se réinvente comme une pratique nouvelle de la « classe de loisir »[216]. La croisière maritime devient progressivement une activité autonome, centrée non plus sur le transport mais sur l'expérience en tant que telle, notamment au tournant des années 1930[217]. Les *stewardess* sont alors une composante de ces services, à tel point que le quotidien *Excelsior* en fait une « carrière féminine », au même titre qu'infirmière. Si la paye suggérée est moins bonne, les conditions de traitements sont celles « *des passagères de 1[ère] classe, tant pour la nourriture que pour la cabine qui leur est réservée* ». Le journal insiste sur le caractère inédit du métier, sur la prédisposition aux rencontres et surtout sur « *la chance de découvrir son mari rêvé parmi les passagers célibataires* »[218]. Malgré le manque de littérature spécifique, on est tenté d'affirmer que ces navigantes prolongent l'imaginaire de la femme au service d'un luxe masculin, et dont la mise à disposition cherche à réaffirmer l'identité masculine hétéronormée,

[213] *L'intransigeant,* 3 juillet 1934.

[214] *La presse littéraire*, 1[er] janvier 1855.

[215] *La France*, 1[er] mai 1877.

[216] Thorstein Veblen, *Théorie de la classe de loisir*, 1970 [1889], Gallimard, 322 p.

[217] BERNERON-COUVENHES Marie-Françoise, « La croisière : du luxe au demi-luxe, le cas des messageries maritimes (1850-1960) », *Entreprises et histoire*, 2007, n°46, pp. 34-55

[218] *Excelsior,* 26 avril 1926.

ainsi que les relations de pouvoir qu'elle implique, en accord avec une lecture systématisée des relations servicielles[219].

Florence Müller indique avoir trouvé les traces d'une « *accompagnatrice de passagers* » sur un vol commercial en 1921[220] : Jeanne Fontaine, alors embauchée par la Compagnie Aérienne Française, escortait les rares passager·ère·s jusqu'aux appareils à l'aéroport du Bourget, qu'elle aurait pu accompagner sur la durée du vol. C'est surtout au tournant des années 1930 que le public français se familiarise avec l'idée d'hôtesse de l'air, à travers cette dénomination de *stewardess* que les compagnies aériennes britanniques cherchent à recruter pour assurer des vols internationaux en 1931. Le journal *L'Intransigeant* présente le rôle de ces nouvelles candidates comme « *analogue à celui du personnel féminin des paquebots maritimes* »[221]. L'idée se répand sur le continent européen : Nelly Diener est la première hôtesse européenne salariée par Swissair en 1934. Elle s'écrase après quelques vols, vers Tuttlingen en Allemagne, en juin 1934[222]. La compagnie néerlandaise KLM embauche elle aussi des hôtesses dès 1935, que la presse francophone ne nomme qu'au moment de leur décès[223], et l'Angleterre embauche des femmes à bord à partir de 1936.

C'est de l'autre côté de l'Atlantique que l'image de l'hôtesse de l'air est au même moment la plus aboutie, la plus inspirante et la plus diffusée. Les hôtesses de l'air s'insèrent avec succès dans la culture populaire états-unienne, qui s'accommode particulièrement bien de cette nouvelle figure, accolant à la technicité triomphante des industries aéronautiques nationales l'image d'une féminité blanche de classe moyenne[224]. Les années 1930 voient le fleurissement de cette image dans un contexte de crise économique d'une ampleur jamais égalée : ce que les cow-boys, les policiers et les pilotes sont à la masculinité, l'hôtesse de l'air l'est à la féminité. Son succès s'explique à la fois par le dynamisme du transport aérien états-unien et ses logiques d'extension, mais aussi par sa volonté de s'autonomiser vis-à-vis du transport ferroviaire. Le gouvernement fédéral considère dès 1925 l'idée de nourrir une aviation capable d'homogénéiser son territoire immense, que seuls les longs réseaux ferrés pouvaient unifier jusqu'alors. La traversée de Lindbergh en 1927, au retentissement

[219] Gabrielle Schütz, *opus. cit.*

[220] Florence Müller, Elégances aériennes, une histoire des uniformes d'Air France, édité par Air France, 2004

[221] *L'Intransigeant*, 15 août 1931.

[222] *L'Intransigeant*, 31 juillet 1934.

[223] *Le Matin*, 22 juillet 1935.

[224] BARRY Kathleen, *Feminity in Flight, A Histroy of Flight Attendants*, Duke University Press, 2007, 304 p.

international, achève de convaincre les pouvoirs publics. L'état subventionne dès lors massivement le développement des infrastructures aéronautiques civiles. En 1933, les Big Four – les quatre compagnies majeures assurant le transport intérieur – transportent plus d'un demi-million de personnes. Les compagnies d'aviation états-uniennes se distinguent du système d'embauche mis en place dans le ferroviaire en refusant de salarier des Noirs pour garantir « *the fellowship of whiteness* » [la communauté blanche] et en bannissant le système de pourboire, afin d'insister sur la dimension luxueuse et moderne qu'offre la voie des airs[225]. Selon les compagnies aériennes, une masculinité blanche permet une solidarité effective et immédiate, susceptible d'endiguer la peur et le mal de l'air des passager·ère·s. C'est en poursuivant cette idée qu'Ellen Church, jeune pilote, se présente à Steven Stimpson, un cadre de Boeing Air Transport, le 12 février 1930. Ne pouvant pas exercer professionnellement dans les compagnies, elle propose un déplacement de son expérience du vol à la cabine, où les passager·ère·s seraient davantage rassuré·e·s si le service était fait par une jeune fille blanche de classe moyenne. Comment une compagnie pourrait-elle mettre en péril un visage qu'on associe à la domesticité, à la fragilité et à la maternité ? L'opération est un succès : Ellen devient la première hôtesse de l'air et les compagnies états-uniennes reconduisent l'expérience. Kathleen Barry comptabilise ainsi plus de 1000 hôtesses états-uniennes à la fin des années 1930, en insistant sur le fait que cette présence numérique est faible si on la rapporte à l'engouement médiatique qu'elle suscite dans la presse nationale, voire internationale.

1.1.2.2. Des femmes courageuses mais diminuées

En décrivant ces femmes intrigantes, à la fois infirmières, secrétaires, mères et hôtesses, le périodique *Lyon Républicain* insiste sur leur modernité :

[225] Kathleen Barry, *opus. cit.* p. 19. On peut imaginer un lien entre la mobilisation précoce des *barmen* d'Air France contre la pratique du pourboire et la condition salariale des stewards états-uniens. Si le vol Paris-New York n'est inauguré qu'au moyen des avions modernes d'après-guerre, Pan Am assurait déjà un service transatlantique de passagers entre New-York et Marseille en été 1939 grâce au *Clipper,* l'hydravion Boeing 314. Il est dur d'affirmer, au regard des temporalités, que les stewards des différentes compagnies pouvaient se rencontrer, mais cela reste probable, considérant notamment les croisières transatlantiques, beaucoup plus fréquentes.

« Speed ! Speed ! Vitesse ! c'est la nouvelle déesse à laquelle on sacrifie aux États-Unis. Le rythme accéléré sur lequel se déploie aujourd'hui l'activité humaine a fait paraître étroites les limites où s'enfermait la vie (...) N'est-ce pas une révolution dans la vie des femmes que la présence au fond de notre cabine de cet « Air-stewardess » ? (...) Les « hôtesses aériennes » appartiennent à un temps nouveau qui, s'il a créé pour les femmes des professions inconnues jusqu'alors, exige d'elles aussi des qualités morales qu'on ne demandait pas dans les temps passés »[226].

Ces « nouvelles » qualités morales piochent en fait dans le répertoire des caractères associés au masculin : le sang-froid, la responsabilité, la loyauté, la détermination, le courage et la force de cœur. Elles irriguent abondamment les figures d'aviatrices, bien plus médiatisées à la même époque. Hélène Boucher, « la minerve casquée », est par exemple associée à la camaraderie, au détachement, à l'exploit acrobatique et à l'humilité dans l'héroïsme[227]. Déjà tout au long du XIX^{ème} siècle, les aérostières pratiquaient le vol à ballon devant des publics et bénéficiait d'un accueil chaleureux, tant leur audace, pourtant caractéristiquement masculine, émouvait les foules. Cette identité professionnelle rencontre des obstacles au tournant du Second Empire, lorsque la solidification du sentiment national doit trouver des supports corporels pour en faire les relais d'un ordre de genre conservateur[228]. Dans l'aviation d'entre-deux-guerres, des pilotes comme Marie Marvingt ou Hélène Dutrieux incarnent une féminité intrépide et passionnée. En traversant les Andes en 1921, Adrienne Bolland, suivie par d'autres femmes pilotes, contribue à visibiliser une identité de genre étrange, troublée par le casque et la combinaison qui viennent gommer les marqueurs sexués des corps. Les attributs masculins sont pour ainsi dire inévitables. La presse du début des années 1930 insiste sur leur caractère temporaire : ils ne s'expriment que dans l'espace réduit de la machine, par opposition à l'espace domestique qui vient réaffirmer la féminité des pilotes. Elles restent

[226] *Lyon Républicain*, 5 décembre 1936

[227] Laure Bouglé-Bal dit Sollier, « Hélène Boucher », *Nacelles* [En ligne], Des airs genrés ? Aéronautique et genre, Dossier thématique / Thematic Section, Aux commandes : des pilotes de tout genre ? / In the Cockpit : the Gender of Pilots, mis à jour le : 26/09/2022, URL :

https://revues.univ-tlse2.fr:443/pum/nacelles/index.php?id=1646.

[228] ROBÈNE Luc, «Une nacelle à soi. Devenir femme aéronaute au XIX^{e} siècle», *Nacelles* [En ligne], Des airs genrés ? Aéronautique et genre, Dossier thématique / Thematic Section, Aux commandes : des pilotes de tout genre ? / In the Cockpit : the Gender of Pilots, mis à jour le : 19/09/2022, URL :

https://revues.univ-tlse2.fr:443/pum/nacelles/index.php?id=1620.

avant tout des femmes. Les médias s'attardent sur leur jeunesse, leur candeur et leur beauté. Les films Pathé proposent même une image d'Hélène Boucher en robe sous un manteau de cuir aux commandes d'un appareil[229].

Concernant les *stewardess,* ces attributs masculins existent mais restent discrets : ils s'activent essentiellement lors du faire-part des accidents mortels. Périr en vol vient légitimer leur existence à bord, car elles partagent le danger au même titre que l'équipage. Elles en absorbent par conséquent le caractère glorieux réservé aux martyrs, genrés au masculin. Anna Hermanides succombe à ses blessures après le crash dans les Grisons d'un avion hollandais en juillet 1935[230]. Une autre hôtesse meurt la même année, avec les 14 passager·ère·s et les deux pilotes, suite à la chute d'un appareil entre New York et New Jersey[231]. Miss Bougertman décède malgré son hospitalisation en hiver 1936[232]. Cette dimension sacrificielle, mise à jour par les nombreux accidents de l'aviation des années 1930, se cristallise sous la forme d'un récit. Romancé ou non, le sauvetage de passager·ère·s par une hôtesse blessée en 1936 fonctionne comme une mythologie fondatrice :

> « *Il ne faut pas plaisanter cette enfant* [l'hôtesse] *car, lorsqu'un avion pris la tempête, récemment, tomba et pris feu, la jeune personne placée à l'arrière de l'avion alla rouler à l'autre bout. Elle se releva couverte de bleus et tira du brasier quatre personnes, les pansa puis courut à pied dans la neige, sur huit kilomètres, alerta l'aérodrome le plus proche, obtint du secours, et sans manger ni boire, repartit chercher ses blessés* »[233].

Cet héroïsme cohabite toutefois avec une certaine infantilisation. À plusieurs reprises, des journalistes mentionnent leur incompréhension face aux hôtesses états-uniennes ou hollandaises qui se tiennent dans l'embrasure de la porte d'embarquement. Ils racontent se retirer devant elle au lieu de rentrer dans l'avion. Les *stewardess* sont systématiquement décrites comme jeunes, jolies, timides et pudiques. C'est d'ailleurs la performance de genre attendue d'elles ; plus elles inspireront la douceur et la sympathie, mieux elles conjureront la

[229] Laure Bouglé-Bal dit Sollier, *opus. cit*. https://revues.univ-tlse2.fr:443/pum/nacelles/index.php?id=1646.

[230] *Le Matin*, 22 juillet 1935

[231] *Le Petit Journal,* 16 janvier 1936

[232] *L'Aube,* 10 décembre 1936

[233] « Stewardess à bord d'un hôtel volant », *Le Jour*, 24 novembre 1936

peur de l'avion. À l'inverse, le steward, « *qui mangerait du caramel dans un abattoir* », « *que rien n'influence* »[234], renvoie à la fragilité des passager·ère·s, très souvent malades.

Ce registre discursif devient dominant à mesure que le métier perdure. Signe d'une victoire des directions commerciales, la presse associe davantage l'hôtesse au triptique « vitesse, confort, charme » qu'au champ lexical du courage[235]. La création des « Stewardess de Paris » par les iconiques bus Pullman en 1937 – des guides mobilisées pour faire visiter la Normandie sur un week-end depuis la capitale – suggère que ce corps de métier peut s'exercer tant sur le sol que dans les airs, et qu'il vise l'accompagnement de la clientèle plutôt que sa sécurisation[236]. Dans un *Marie Claire* de novembre 1937, Hervé Lauwick, futur contributeur à la presse d'entreprise d'Air France, embarque sur le vol d'essai du DC3 censé accélérer la desserte de la ligne Extrême-Orient de la compagnie néerlandaise KLM. Il compare les « *charmantes petites stewardess* » à des hôtesses de maison, la cabine de l'appareil à un salon volant, faisant de la sollicitude féminine une qualité requise pour devenir navigante[237]. Sans la nier pour autant, l'auteur atténue voire adoucit le caractère dangereux de cette profession encore balbutiante. Il se souvient ainsi de deux hôtesses hollandaises qu'il avait rencontré : Mlle Van de Leen, morte en service quelques mois auparavant, et son amie, qu'il imagine en rupture de contrat pour avoir marié un homme riche : « *désormais, ce ne sera plus à deux mille mètres d'altitude, mais dans son salon, qu'elle jouera, pour de bon, le rôle de maîtresse de maison* »[238].

En été 1938, le quotidien à gros tirage *Excelsior* consacre un article aux « *bataillons de jeunes femmes choisies parmi les plus jolies* », dans lequel la dimension héroïque est pour le coup totalement évacuée. C'est le sourire de l'hôtesse qui s'impose comme l'outil professionnel le plus performant, capable de calmer un nourrisson ou de faire éteindre leur pipe aux messieurs récalcitrants. Le corps de l'hôtesse états-unienne – archétype du corps de l'hôtesse – est désormais visibilisé car le journaliste en précise les critères de sélection et d'apparition. Pas plus de 58 kg, un visage agréable, un maquillage limité à l'usage du fard,

[234] *ibid.*

[235] *Paris-Soir,* 6 février 1937

[236] *Paris-Soir,* 16 avril 1937

[237] Hervé Lauwick, « Service en plein ciel », *Marie Claire,* 12 novembre 1937

[238] *Ibid.*

l'interdiction d'user de vernis à ongle. L'expression réussie d'une féminité souriante mais effacée garantirait l'effet de séduction sur les plus riches :

> *« Il est vrai qu'il y a parfois des risques de fin agréables. Ne retenons que la première stewardess américaine dont le service se limita à un seul voyage New-York - Los Angeles. A bord se trouvait un milliardaire fort connu. La jolie stewardess reprit l'avion quelques temps après mais comme passagère et épouse du riche Américain. Ce n'est pas un conte de fée »*[239].

C'est pourtant bel et bien un conte de fée. Ellen Church ne s'est pas mariée après son premier vol. La technicité des femmes navigantes et leur histoire est, en moins d'une dizaine d'années, un volet que la presse française ouvre peu, même en relayant les accidents mortels qui assombrissent si souvent l'aviation civile d'époque. Finalement, et ce dès la fin des années 1930, la presse dessine le portrait d'une hôtesse « bonne à marier », à savoir une jeune fille célibataire évoluant dans un environnement bourgeois d'où tirer un bon parti.

Juste avant qu'éclate la Seconde Guerre mondiale, les hôtesses de l'air font partie du panorama que la presse française dresse du voyage aérien. En témoigne un numéro de *Marie Claire* de septembre 1939, dans lequel un journaliste imagine une scène de fiction regorgeant de stéréotypes : un ciel mouvementé, des trains d'atterrissage bloqués, une arrivée tapageuse et dramatique sur le ventre de l'appareil[240]. Le commandant Marnier a le visage dur, inflexible, les yeux bleus, les gestes assurés. C'est grâce à son sang-froid que les passager·ère·s arrivent sain·e·s et sauf·ve·s. Betty, une jeune hôtesse de l'air, tente de dissimuler le drame derrière un sourire, tout en s'assurant que chaque personne soit bien attachée. Elle est décrite comme naïve, ingénue, « *une petite gosse* » qui, dans la débâcle du ciel, révèle son amour au commandant Marnier. L'hôtesse de l'air, avant même d'être une réalité professionnelle en France, est déjà saisie par un imaginaire genré.

Un film allemand produit en 1938, *Un amour en l'air*, est diffusé dans le territoire occupé pendant la guerre. Pour la première fois dans le cinéma européen une hôtesse de l'air

[239] Robert Marchand, « Les Stewardesses de l'air », *Excelsior*, 21 août 1938

[240] « Ciel clair, visibilité parfaite », *Marie-Claire,* 22 septembre 1939

est mise en scène. Ses charmes séduisent un noble d'une grande famille allemande. Le mariage fictif est célébré par la presse en ces termes par la presse :

> « *Comment l'amour ne triompherait-il pas, quand Jenny Juggo personnifie la jeune hôtesse de l'air. Spirituelle, avec un grain d'entêtement et beaucoup d'émotion, elle a campé dans ce film une amoureuse adorable, qu'on adore facilement* »[241].

Cette idée de passerelle matrimoniale vient de loin ; en faisant la généalogie des représentations liées à ce corps de métier, c'est peut-être dans le service ancillaire du début XIX[ème] siècle que le mythe puise ses sources[242]. L'incarnation de ce récit par des actrices vivantes et populaires lui confère toutefois une nouvelle portée. Jenny Juggo incarne réellement un ensemble de traits qui jusqu'alors restaient imaginés. Cette apparition est d'autant plus intéressante qu'elle intervient dans le contexte particulier de la seconde guerre mondiale.

1.2. Les premières hôtesses françaises et la rénovation du régime de genre national

L'histoire culturelle invite à penser les continuités, là où la traditionnelle histoire politique pensait davantage les ruptures[243]. La Libération de 1944 se comprend parfois comme

[241] « Un amour en l'air », *Le Sémaphore*, 12 juin 1941

[242] Entretien avec Anne Lambert, Dominique Memmi et Bruno Cousin, « Servir (chez) les autres », *Actes de la recherche en sciences sociales,* n°230, Mai 2019, pp 108-119

[243] Sudhir Hazareesingh, « L'histoire politique face à l'historie culturelle, état des lieux et perspectives », *Revue Historique,* PUF, n°642, 2007, pp. 355-368

un événement actant la fin d'une époque et le début d'une autre. Si la réorganisation des forces géopolitiques invite effectivement à considérer la restructuration du monde d'après-guerre, celui-ci, au regard des individualités, ne saurait être hermétique aux transformations opérées par cinq ans de conflits.

1.2.1. La guerre et le régime de genre : régénérer la France et rétablir les identités nationales

Selon Luc Capdevila, les expériences guerrières transforment en profondeur le rapport au genre et réagencent les processus de subjectivation. En cela, les hommes mobilisés deviennent soldats français avant d'être viticulteur, oncle ou breton[244]. Nous partageons l'idée que la subjectivité dépend de son contexte social d'expression, et particulièrement de l'intensité de ce dernier ; la puissance affective d'une mobilisation générale consolide certaines formes identitaires, notamment celles forgées sous l'égide de la Nation, au détriment d'autres, plus spécifiques et moins totalisantes. Frédéric Lordon suggère que même après refroidissement des affects éprouvés dans la guerre, les structures institutionnelles forgées à la Libération en conserve les stigmates[245]. Dans ce processus, la masculinité nationale occupe un espace central. Si cette dernière est largement dévirilisée par la défaite de 1940, elle l'est sans doute davantage par l'occupation du territoire et par le faible niveau de résistance armée : comment soutenir, dès lors, l'image du père-protecteur ou du citoyen-soldat, quand la plupart des actifs se sont tenus en marge des épisodes guerriers ? Revitaliser ce que Lucia Direnberg a nommé l'hétéronationalisme[246] – à savoir le lien consubstantiel entre la construction d'une nation moderne et les politiques de genre, attribuant des espaces et des fonctions hiérarchisées selon le sexe – devient un des chantiers de la Libération. Au discours sur la renaissance française vient s'associer l'idée d'une reconstruction nécessaire de la masculinité, et par extension de la féminité. Si la littérature féministe fait du corps des femmes un enjeu guerrier en tant que marqueur de la souveraineté territoriale[247], il s'agit d'en préciser les formes dans le contexte spécifique de Vichy.

[244] Luc Capdivela, « L'identité masculine et les fatigues de la guerre (1914-1945) », *Vingtième siècle. Revue d'histoire,* 2002, n°75, pp. 97-108

[245] Frédéric Lordon, *La société des affects, pour un structuralisme des passions*, Le Seuil, 2013, 288 p.

[246] Lucia Direnberg, « Faire naître une nation moderne. Genre, orientalisme et hétéronationalisme en Iran au XIXème siècle », *Raisons politique*, 2018, n°69, pp. 101-107

[247] Rita Laura Segato, *Las nuevas formas de la guerra y el cuerpo de las mujeres,* Editions Puebla, Pez en Arból, 2014, 120 p.

Camille Fauroux indique que la politique du travail féminin sous l'occupation est duale, venant complexifier le récit d'une seconde guerre mondiale émancipatrice des femmes par l'effort de guerre. D'un côté le régime pétainiste tente de revaloriser l'image de la femme au foyer, en accord avec le projet de révolution nationale, de l'autre, il organise le transfert des forces productives françaises dans le cadre du STO. En proposant un « *contrat d'épouse* » en octobre 1942, le gouvernement nazi autorise les femmes mariées à rejoindre leur mari dans les camps, à la condition de signer elle-même un contrat de travail. Cette tractation met à jour la tension entre l'idéal symbolique d'une féminité domestique et la réalité économique des « femmes au travail »[248]. Cet apport permet d'envisager la féminité française comme une condition fragmentaire prise dans différents registres discursifs, parmi lesquels ceux particulièrement structurants de la mobilisation et de la collaboration. La fin de la guerre est surtout marquée par l'épuration qui, dans notre perspective analytique, débute cette tentative de régénération des identités de genre.

La tonte des femmes est un phénomène qui a lieu dans toute la France, rurale comme urbaine, dont le caractère massif en explique la postérité historique. Fabrice Virgili annonce que la presse locale n'insiste pas tant sur la tonte en soi, mais s'attarde sur les crimes qu'auraient commis les femmes accusées[249]. En s'indignant de la « *vie de noce* » supposément vécue dans la collaboration (bals, consommation d'alcool, buffets, etc.), les rumeurs publiques viennent gonfler le sentiment de privation et d'humiliation que vivent les grandes masses nationales. Les châtiments corporels punissent en réalité les femmes prises dans « *les images de la jouissance* ». Les Grenoblois·e·s auront ainsi jugé deux jeunes filles pour le simple fait d'avoir surpris des allers et venues et pour avoir écouté des bruits relevant de l'orgie. On place dès lors les « déviances » sexuelles sous le signe de la collaboration, qu'il s'agit de laver : *« à l'érotisation qui prépare la tonte, succèdent les signes de la désexualisation. Le corps ne doit être alors que le support des signes de la trahison »*[250]. Le rituel même de la tonte, accompagné par des coups, l'humiliation et l'exposition, cherche à rompre avec les années noires ; les cheveux, avatars de la féminité, restent sur le sol tandis que le corps puni et sale s'éloigne de la place publique. Cet épisode, qui commence avant la Libération sous la forme d'actions discrètes des maquisards et se poursuit plus nettement en deuxième vague à

[248] Camille Fauroux, « Les politiques du travail féminin sous l'occupation », *Travail, Genre et Sociétés,* 2019, n°42, pp. 147-153

[249] Fabrice Virgili, « Les « tondues » à la Libération : le corps des femmes, enjeu d'une réappropriation », *Clio, femmes, genre et histoire,* 1995

[250] *ibid.*

partir de mai-juin 1945, stabilise les formes d'expression de la féminité nationale, car elle en définit les marges morales et les déviances sexuelles. Parallèlement à ce processus de marginalisation les institutions cherchent à rétablir la norme des rapports genrés. Dès le 29 août 1944, à la libération de Paris, *Ce soir* présente le premier couple marié légalement dans une mairie parisienne après le départ des Allemands. Pour Mary-Louise Roberts, encourager l'institution civile du mariage hétérosexuel permet « *une apparence de normalité et de stabilité sociale* »[251].

À travers une étude du photojournalisme états-unien à la Libération, l'historienne américaine vient consolider l'idée de réajustement des identités de genre, au regard de la nouvelle position hégémonique des États-Unis. La France est affaiblie sur le plan international au profit de la jeune puissance outre Atlantique, glorieuse tant sur le terrain militaire que sur le plan idéologique. Les photos des femmes françaises embrassant des GI victorieux, circulant autant dans l'espace que dans le temps, fonctionnent alors comme un support de propagande. Mary-Louise Roberts y analyse une délocalisation de la géographie politique au profit du bloc américain. Ce dernier prend le rôle historique de l'Occidental qui, dans la continuité de la rhétorique orientaliste et coloniale, désigne les pays occupés comme féminins : « *la vision romanesque de l'arrivée des Américains légitime des hiérarchies en train de changer en donnant aux débarquements l'apparence de « sauvetage » d'une nation féminine* »[252]. Ce dispositif discursif a pour triple effet de surévaluer les capacités viriles du GI, de féminiser l'image du Français, cocu ou absent, incapable de contrôler *sa femme* et par conséquent son pays, et, enfin, d'astreindre la femme française à un rôle passif de possession sexuelle. Derrière la fabrication d'une idylle amoureuse entre les soldats débarqués et les femmes libérées se dissimule la grande consommation de prostitution et des viols répétés[253].

Solange Catry, faisant partie des premières générations d'hôtesses, a publié en 1983 une autobiographie avec l'aval d'Air France. Depuis le point de vue d'une jeune femme vouée à la carrière d'hôtesse, Solange éclaire le rôle qu'a joué la présence états-unienne sur le sol normand. La puissance d'attraction du monde américain s'exprime par différents aspects : dans la symbolique du libérateur, dans la puissance militaire, par leur niveau de

[251] Mary-Louise Roberts, « La photo du GI viril : genre et photojournalisme en France à la Libération », *Le mouvement social,* n°219, 2007, pp. 35-56

[252] Mary-Louise Roberts, *opus. cit.*

[253] Mary-Louise Roberts, *Des GI et des femmes, amours, viols et prostitution à la Libération,* Le Seuil, 2014, 416 p.

consommation[254] et, surtout, à travers l'occupation des institutions publiques par les troupes. Les *Welcome Comittee*, que « *les filles à marier fréquentaient assidûment* »[255], fleurissent dans la Normandie libérée. En tant que professeure d'anglais dans un collège privé de Rouen, Solange en profite pour parfaire son usage de la langue. Elle explicite par ailleurs, à plusieurs reprises, qu'elle n'avait aucun intérêt dans le jeu de séduction, indiquant par là-même la centralité « de l'homme américain avec la femme française » dans le système de représentation. Toutefois, c'est bien dans « *ce monde assez fermé* » qu'elle évolue et qu'elle finit par se faire coiffer et maquiller par une amie, avant de s'aventurer dans le quartier général des officiers états-uniens à l'hôtel de la Poste[256].

La presse militaire américaine dépeint une image de la France, de ses hommes et de ses femmes, qui fait réagir la presse locale. De fait, comme l'invite à le penser Camille Fauroux, il faut considérer les relations de genre dans l'Europe occupée dans une perspective relationnelle et non simplement comparatiste[257]. La reconfiguration des identités de genre s'opère systématiquement selon une dynamique interactive entre différentes échelles géographiques[258]. Cette perspective est essentielle pour comprendre la stabilisation des rapports sociaux de genre en fonction des contingences historiques : le régime de genre, sous l'égide de la masculinité hégémonique, se réinvente dans la recomposition des rapports de force internationaux[259]. Il est par conséquent fondamental d'insister sur la production idéologique états-unienne et la réaction qu'elle suscite, notamment au regard du résistancialisme. Henri Rousso parle de « *mythe résistancialiste* » pour définir l'opération mémorielle menée depuis la fin de la guerre. Ce discours réhabilitant l'orgueil national, qu'on retrouve particulièrement chez les gaullistes et les communistes, vise à consolider le socle d'une nation en reconstruction, en consacrant l'idée d'un peuple uni et sans compromis dans

[254] Les revues imprimées en couleur, le tabac ou les chewing-gums sont autant de symboles de l'opulence états-unienne qui irriguent une France appauvrie et affamée.

[255] *Ibid,* p. 23

[256] Solange Catry, *Sur les ailes de l'hyppocampe, carnet de vol des premières hôtesses de l'air 1946 -1966,* Editions Buchet/Chastel, 1983, 242 p.

[257] Camille Fauroux, *opus. cit.*

[258] R.W. Connell et James W. Messerschmidt, *opus. cit.*

[259] Par exemple, on peut lire dans le renouveau contemporain des critères de beauté masculine les lignes de tensions qui s'établissent au sein de l'hégémonie culturelle états-unienne. Jeon Jungkook, membre du groupe coréen BTS, est élu plus bel homme du monde en 2021 devant Brad Pitt ou Henry Cavill (acteur qui incarne le Super Man des productions DC Comics). Sans s'attarder sur la fabrication douteuse de tels sondages, ils peuvent toutefois servir d'indicateurs sur l'état des représentations collectives, dans lesquels la culture coréenne et les corporalités associées, entre autres, concurrencent les modèles de la masculinité blanche occidentale.

la collaboration[260]. Luc Capdevila observe dès la fin de l'occupation l'enracinement du « *mythe de la France libérée par elle-même* »[261]. La figure du général De Gaulle sert de catalyseur : il est chef de guerre, chef d'État et incarne « *l'âme de la Résistance* ». À cette trinité nous insistons sur la dimension patriarcale d'une telle figure, venant fixer l'ensemble des signifiants politiques dans la raideur d'une stature, dans le port d'un képi, dans l'inflexibilité de la voix. Pour faire barrage aux images états-unienne en circulation, la presse française cherche à revaloriser cette masculinité du corps national, en insistant particulièrement sur les figures résistantes : celle du général lui-même, symbole du Grand Français, dont les accolades avec ses homologues internationaux restaurent une autorité nationale, ou en sélectionnant des égéries de la résistance comme les soldats de la division Leclerc[262]. Il s'agit également de consacrer des modèles féminins expiés et mis sous tutelle. En étudiant l'image de la femme dans les grands journaux français à la Libération pour son mémoire de recherche, Charlene Voreppe annonce que c'est bien la qualité de mère, d'épouse et de ménagère qui prédomine dans le paysage médiatique. En fonction des différentes lignes éditoriales, il s'agit de concilier cet idéal domestique au nouvel héritage des pratiques résistantes, que la presse dominante ne tait pas, bien au contraire[263]. La condition de la femme française dans les années de reconstruction se fragmente selon différentes narrations. Si la tonte joue le rôle d'épuration, le processus de restauration se prolonge dans les années d'après-guerre, notamment à travers la création de modèles féminins nationaux positifs. Les hôtesses de l'air occupent cette fonction, en tentant de conjuguer le charme et l'élégance à la loyauté patriote.

La revitalisation des identités genrées passe par la création de nouveaux héros. Le travail de Delphine Moraldo sur la construction de l'alpinisme européen nous apprend que les États investissent les montagnards de renom d'une mission nationale. À la suite des bouleversements géopolitiques d'après-guerre, elle identifie une phase « héroïco-nationaliste » dans la course aux sommets de l'Himalaya (ouverture des frontières après les

[260] Henry Rousso, *Le syndrome de Vichy,* Paris, Seuil, 1987, 414 p.

[261] Luc Capdevila, « La construction du mythe résistancialiste : identité nationale et représentations de soi à la Libération (Bretagne 1944/1445) », dans Jacqueline Saintclivier et Christian Bougeard (dir.), *La résistance et les Français,* Presses Universitaires de Rennes, 1995, pp. 347-357.

[262] Mary-Louise Roberts, *opus. cit.*

[263] Charlène Voreppe, *Mères avant tout ? L'image des femmes dans la Seconde Guerre mondiale à travers la presse de la LIbération* / Charlène Voreppe ; sous la direction de Marie-Anne Matard-Bonucci, 2012, Université Pierre Mendès France, Grenoble, 216 p.

vagues de décolonisation)[264]. Les autobiographies et les différentes mises en récit de ces exploits sportifs insistent particulièrement sur leur dimension relative à la conquête, à la puissance, à l'aventure et à l'héroïsme. Les caractères d'une masculinité triomphante et exemplaire semblent identiques à ceux attribués aux légendaires pilotes des Lignes Postales. On retrouve une similarité grandissante entre le corps des pilotes et celui des alpinistes. Les deux groupes cristallisent une proposition de genre valorisée, désirable et supérieure à toutes les autres. Un exemple probant se repère dans la préface du livre de Marie-Joseph de Bauregard sur les femmes de l'air, étonnamment écrite par Maurice Herzorg, alpiniste renommé. Il y indique clairement les liens historiques entre la conquête de l'air et la conquête des sommets, présumant d'un même rapport au monde, d'une même « *exaltation de côtoyer la mort en solitaire* ». Dans ce livre pourtant dédié aux femmes de l'aviation, Herzorg cite en premier Charles Lindbergh, avec qui il partageait « *la même flamme intérieure et surtout à l'identique cette volonté farouche* » [265]. Herzog perçoit et vit une similitude entre des sports *a priori* si différents : c'est avant tout le modèle de masculinité et son rapport à l'héroïsme qui est commun aux deux mondes. Lionel Terray, autre alpiniste de renom dans les années d'après-guerre, publie en 1961 une autobiographie au titre éloquent (« *Les conquérants de l'inutile* »), devenue un classique de la littérature de montagne. On y retrouve de nouveau le système de comparaison avec le pilote, lorsque Terray écrit :

> « *Le guide est encore un seigneur. Sur la montagne, à la tête de la caravane, il est le seul maître après Dieu. [...] Disposer de la vie et de la mort, c'est le pouvoir des rois et des chefs ! Bien peu de puissants de ce monde possèdent un tel privilège. N'est-ce pas cette responsabilité majeure qui fait la gloire des capitaines et des pilotes ?* »[266].

Cette littérature situe, pour ainsi dire, une projection des formes prises par la masculinité hégémonique dans les années d'entre-deux-guerres. En accord avec la perspective analytique de Delphine Moraldo, les États vainqueurs cherchent à réactiver ces modèles masculins en promouvant de nouvelles explorations coloniales et technologiques dans les années d'après-guerre. Cela passe notamment par la reconstruction d'une économie nationalisée, dont les entreprises phares peuvent symboliser cette régénération culturelle.

[264] Delphine Moraldo, *opus. cit.*

[265] Préface de Maurice Herzorg à l'ouvrage de Marie-Josèphe de Beauregard, *Femmes de l'air, chroniques d'une conquête,* France Empire, 1993.

[266] TERRAY Lionel. 1966 [1961]. *Les conquérants de l'inutile*, Paris, Gallimard, p. 309.

1.2.2. La mission culturelle et symbolique d'Air France

1.2.2.1 Une renaissance économique épaulée par l'État

Après la Première Guerre mondiale, la quantité d'avions en circulation et la masse d'aviateurs formés pour les besoins du conflit constituent un vivier énorme pour dynamiser l'aviation commerciale. À la suite du vol de Lucien Boussotrot de février 1919 inaugurant la première ligne civile internationale française, plusieurs compagnies privées voient le jour pour assurer un service continu de poste et de transport : à titre d'exemple, Paris-Bruxelles devient hebdomadaire en été 1919[267]. Les ancêtres d'Air France se développent dans les années 1920, profitant des subventions d'État pour l'entretien du matériel. La plus connue reste sans aucun doute la Compagnie Générale Aéropostale fondée par Georges Latécoère, assurant la liaison de la France avec l'Amérique du Sud, autrement connue sous le nom prestigieux de « La Ligne ». Au début des années 1930, l'aviation française apparaît comme morcelée et connaît des difficultés financières face à une concurrence internationale mieux organisée et pilotée par le secteur public. Le gouvernement français impulse alors le regroupement des différentes structures de l'aviation commerciale, qui aboutit dans la naissance d'Air France le 7 octobre 1933. La qualité de compagnie nationale témoigne de l'importance du symbole aérien : enjeu symbolique de la puissance, étendre son réseau commercial devient un outil de mesure du rayonnement économique. Forte de 259 appareils de 34 types différents, Air France entreprend une restructuration complète de sa flotte, selon le double critère d'efficacité et d'homogénéité. En 1939, elle opère avec deux types d'avions (le Dewoitine 338 et le Bloch 220) et deux types d'hydravions (le Lioré 246 et le Lioré 247), ce qui lui permet de standardiser son système d'exploitation et de rationaliser ses coûts d'entretien.

En moins de dix ans, le vol commercial bénéficie d'une amélioration quantitative nette (le nombre de passager·ère·s est doublé pour une vitesse en moyenne 100 km/h supérieure à celle du début de la décennie) et une amélioration qualitative non négligeable (le vol sans visibilité est rendu possible par un système de pilotage automatique et de défense contre le givrage). Le réseau Air France s'est agrandi de 25% sur cette période, passant de 37 825 km en 1933 à 46 495 km de lignes en 1939. La compagnie intensifie son activité tant vers l'Atlantique Sud que sur les connexions européennes. La direction commerciale privilégie

[267] Claude Reichman, Daniel Metzlé, *opus. cit.*

déjà l'idée d'un service luxueux reflétant le bien-être français, sa distinction et son « je-ne-sais-quoi », notamment à travers l'iconique ligne Paris-Londres, utilisée toutes les heures en 1939.

Le Paris-Londres est le symbole du luxe aérien. Air-Union, qui exploite cette ligne dès 1923, rénove le service à bord. La compagnie baptise la ligne le « *Golden Ray* », en insistant sur la dimension luxueuse du voyage[268]. En 1928, un Lioré et Olivier 212 (LeO-212) est complètement transformé en restaurant. Air-Union propose des repas gastronomiques pour trois groupes de 6 passager·ère·s. Si le modèle physique de « l'avion restaurant » n'est pas retenu par Air France dans les années 1930, le succès européen qu'a rencontré le « *Golden Ray* » marque sa direction commerciale. À la veille de la Seconde Guerre mondiale, « la crevette » – symbole graphique d'Air France qui prend parfois le rôle d'appellation pour les habitué·e·s – est une compagnie reconnue sur le plan international et exploite le troisième réseau le plus grand du monde.

Air France existe administrativement jusqu'au 17 décembre 1943, date de la dernière assemblée générale tenue pendant la guerre. À la suite du débarquement allié, l'Allemagne interdit tous les vols commerciaux depuis la métropole, parmi lesquels se maintenait une activité partielle vers les lignes d'Afrique à partir d'Alger. Les systèmes d'opérations des vols sont placés sous le contrôle des autorités militaires. L'armée française réquisitionne totalement les biens meubles de la compagnie à partir de 1944 et transforme les appareils au regard des nécessités de la guerre de libération[269]. Une fois le pays administrativement autonome, le gouvernement provisoire ressuscite l'aviation civile le 1er janvier 1945 sous le contrôle direct du ministre de l'Air. Le nouveau « Réseau Aérien des Lignes Françaises » organise la reprise de l'activité commerciale et restructure les compagnies en fonction de l'inventaire disponible. Deux administrateurs temporaires d'Air France sont alors chargés de cette mission.

Plus important, le gouvernement provisoire décrète par l'ordonnance du 26 juin 1945 la nationalisation de tous les services aériens civils, à laquelle s'ajoute, dans le contexte tendu entre gaullistes et communistes, le texte du 19 octobre autorisant la privatisation jusqu'à 40%

[268] Affiche d'Air Union de 1927.

[269] Rapport des administrateurs provisoires du 1er janvier 1943 au 1 août 1948. Ancienne compagnie Air France, musée Air France.

des capitaux. L'activité aérienne civile redémarre très rapidement, sans doute grâce aux nombreuses migrations des familles fortunées pendant les années noires : si les lignes aériennes françaises ne transportent que 8 689 personnes au premier trimestre de 1945, elles en transportent 45 519 au quatrième trimestre[270]. Sur l'année 1945, le Secrétariat Général de l'Aviation Civile (SGAC) compte plus de 110 000 personnes transportées, soit un niveau d'activité comparable avec celui de 1938. Les pronostics commerciaux font état d'un niveau de demande en plein accroissement. Cependant, la flotte d'Air France est largement diminuée et son matériel d'exploitation gravement endommagé. Les frais de reconstruction doivent nécessairement être assurés par les trésoreries publiques.

Le soutien de l'État est sans faille : le gouvernement s'engage à combler les déficits de la compagnie dans la convention du 20 septembre 1946. En revanche, c'est le ministre qui détermine les services à assurer, leur fréquence et l'ouverture des lignes. Cette mise sous tutelle oblige Air France à rendre des comptes annuellement et de rationaliser son exploitation au maximum, notamment dans la formation des pilotes[271]. Le Service de la Formation Aéronautique et des Sports Aériens (SFASA) épaule ainsi la compagnie pour former rapidement et massivement le personnel technique. Ce dernier augmente de manière considérable, à raison de plus de 8000 recrutements entre 1945 et 1947[272]. Le château de Vilgénis dans la commune de Massy est réaménagé de façon à accueillir de jeunes promotions d'Air France. Il est opérationnel à partir du 22 janvier 1948 et s'occupe de la formation des techniciens navigants (pilotes, radios, mécaniciens, etc.) selon le modèle de l'internat. Les élèves venant des centres d'apprentissage du Bourget, de Marignane ou encore de Montaudran, partagent des dortoirs de 12 lits, mangent dans des salles communes aux horaires strictes et sont soumis à un règlement sévère d'inspiration militaire (interdiction de fumer, coupe de cheveux de 4 cm, etc.). En plus des formations spécifiques que requiert le fonctionnement d'un avion, les jeunes hommes suivent un programme éducatif et scolaire associé aux valeurs du métier et de l'entreprise. Ils sont soumis à un contrat les liant à Air France, obligés de rembourser cette dernière en cas d'abandon de la formation[273].

[270] Bulletin statistique de la SGAC pour l'année 1945, archives du bureau des grandes compagnies aériennes (ministère des transports), AN, côte n°18930384/4.

[271] Rapport des administrateurs provisoires du 1er janvier 1943 au 1 août 1948, *opus. cit.*

[272] Ouvrage collectif, *Air France à Vilgenis*, Editions du Musée Air France, 2009.

[273] Nous profitons de ce point de détail sur Vilgénis pour souligner l'intérêt historique d'un tel lieu. Bénéficiant d'une attention mémorielle toute particulière, notamment par la communauté des « anciens » d'Air France, il existe de formidables fonds disponible. Une étude focalisée sur la formation des équipages techniques, permettrait d'identifier les formes de la masculinité navigante et sa mise en relation avec l'entreprise. C'est un

La Société Nationale sort de la tutelle officielle de l'État le 1er septembre 1948, lorsque le décret du 16 juin 1948 instituant un changement de régime juridique devient officiel[274]. Elle bénéficie alors de l'autonomie financière, actant les bons résultats d'après-guerre (la compagnie couvre 75% de ses dépenses grâce à ses recettes en 1946, tandis qu'elle n'en couvrait que 48% en 1938[275]), mais elle est limitée dans sa capacité à participer financièrement à d'autres compagnies, marque d'une convalescence économique qui n'est pas terminée. La hausse des recettes (qui augmentent de 132% entre 1947 et 1948) est obscurcie par la hausse des dépenses (111% pour la même année). La diversité de la flotte (122 appareils constitués de 9 types différents) coûte cher et la compagnie cherche à rentabiliser un maximum son exploitation plutôt que d'étendre son réseau. Les acteurs contemporains parlent finalement d'un marché incapable d'arriver à l'équilibre :

> « *Ce qui frappe en fait lorsqu'on étudie la physionomie du transport aérien, c'est que, malgré le dynamisme et le réalisme des entreprises, les recettes n'équilibrent que rarement les dépenses. Or, nous croyons pouvoir affirmer qu'en l'absence de choix systématique du matériel le plus moderne et le plus adapté aux caractéristiques de réseau, les efforts quotidiens tentant d'atteindre la rentabilité risquent de rester vains* »[276].

Donnant raison à l'historiographie des années 1970, nous parlons donc d'une période d'intensification des services, dans laquelle Air France choisit une stratégie d'augmentation de la productivité de ses lignes plutôt que de leur multiplication. Au niveau matériel, cela se traduit par un travail de maintenance des appareils plus approfondi et localisé (Courbevoie, Orly). « *En 1948, la fréquence normale des services de la ligne Paris-New York atteignait six par semaine* »[277]. C'est pendant ces années d'expansion soutenue qu'Air France fait le choix définitif du transport de passager·ère·s au détriment du fret[278].

travail possible au regard des sources disponible et nécessaire pour une compréhension globale des enjeux que soulève cette thèse, à savoir la recomposition des identités genrées à travers le monde aérien.

[274] Rapport d'activité 1948, archives du Musée Air France.

[275] Claude Reichman, Daniel Metzlé, *opus. cit.*

[276] Discours du président, rapport d'activité 1952. Archives musée Air France.

[277] *ibid.*

[278] Sur l'année 1950, le tonnage kilométrique annonce les chiffres suivant : 71 % de passagers contre 20% de fret et 9% de poste. Les recettes correspondantes s'élèvent respectivement à 69,7% contre 11,2% et 10,8% du pourcentage total.

À travers deux textes de 1953, l'État régule la concurrence aérienne nationale. Le décret du 26 septembre confère une base légale aux compagnies privées, mais subordonne leur exploitation au contrôle de l'autorité publique (le gouvernement décide des programmes d'achat de matériel, de tarification, d'exploitation, etc.). Le décret du 30 septembre 1953, quant à lui, met fin à la subvention directe d'Air France. L'entreprise perçoit toutefois une compensation financière pour les missions d'intérêt général (formation des pilotes, utilisation d'appareils non rentables pour soutenir certaines lignes, etc.). Air France entre en concurrence directe avec les autres compagnies puisqu'elle ne profite plus des indemnités fixées par la Convention du 20 septembre 1946. Malgré cette tentative libérale, les pouvoirs publics restent obligés d'assister Air France face à la réalité du marché international. Au cours des années 1950, la forte concurrence sur les lignes internationales impose aux compagnies un renouvellement de leurs appareils. Dans les immédiates années d'après-guerre, le gouvernement considère Air France comme sa protégée : il subventionne sa reprise d'activité avant de la laisser évoluer seule, selon l'idéal du marché libre, pour finalement prendre le rôle de béquille inamovible dans un environnement accidenté.

1.2.2.2 Air France comme relais du sentiment national

Lorsque l'État nationalise Air France le 1er janvier 1946, il l'investit explicitement d'une mission de représentation et de redressement. En s'inscrivant dans la deuxième vague de nationalisation entre décembre 1945 et mai 1946 – qu'Herrick Chapman nomme « nationalisation procédurale », fruit de discussions parlementaires et de consensus politiques – la nouvelle société nationale porte la charge symbolique du renouveau de l'économie française et de sa modernisation[279]. Il s'agit pour le gouvernement de faire porter le pavillon français, afin d'en définir la place dans une organisation mondiale nouvelle. Lors d'un discours devant les cadres de l'exploitation aérienne le 28 décembre 1945, Jules Moch, le ministre des travaux publics et des transports, confirme l'importance de cette tache et l'inscrit dans un continuum historique. Ce qu'il nomme le « *patrimoine spirituel* » des Lignes françaises, bâillonné sous Vichy, doit redéfinir l'identité de l'entreprise. Il insiste sur le récit

[279] Herrick Chapman, *La longue reconstruction de la France, à la recherche de la république moderne*, Presse de Science Po, 2021, p. 257

du passé glorieux de l'Aéropostale, à la tête du progrès, qui a su ouvrir des lignes commerciales en 1919, soit 7 ans avant les États-Unis. Le premier numéro de *Terre et ciel*, la revue du personnel d'Air France entre 1946 et 1948, se fait le relais de ce rôle original et de son caractère épique. Dans un article intitulé « *Renaître* », J. Becq écrit : « *Soyons fiers d'être les premiers ouvriers de la Renaissance Française ardemment manifestée à travers le monde par la présence du pavillon de notre Société Nationale* »[280].

Cette mission se traduit dans différents objectifs. Des objectifs commerciaux d'une part, à savoir améliorer le confort des appareils, ouvrir de nouvelles lignes et augmenter le trafic, et des objectifs culturels d'autre part, soit incarner cette régénération de la France. Une constellation d'images est alors proposée aux élites qui volent avec Air France. Deux d'entre elles sont particulièrement parlantes. Une affiche des ateliers Perceval de 1946 montre un Douglas DC4 passer à travers des nuages grisâtres, dont la trouée ensoleillée prend la forme de l'hexagone (voir figure n°4). Le slogan « *Air France, vers des ciels nouveaux* » se connote du double sens de voyage et de résurrection.

Une autre image, cette fois-ci une photo, est distribuée à bord des avions dans *Air France Revue* de l'été 1948 (voir figure n°5)[281]. Elle met en scène un jeune couple hétérosexuel sur le tarmac : l'homme pose en costume avec une valise à la main, cravate voletante à son cou, la femme est en tailleur, les deux mains refermées sur un sac à main de voyage Air France. Leur visage blanc est baigné de soleil, leur regard porté au loin. En arrière-plan se dessine le nez d'un Douglas DC 3 signé de la crevette. Deux mécaniciens en combinaison s'affairent sur le train d'atterrissage avant. Cette mise en scène valorise la jeunesse, ayant surmonté les affres de la guerre et maintenant résolument tournée vers l'avenir, soutenue dans son optimisme par la technicité d'Air France et la modernité de son service aérien. D'ailleurs, peut-être peut-on accoler à la femme le visage de la lectrice idéale de la toute jeune revue *Elle*, fondée en novembre 1945, ainsi dépeint par sa co-créatrice Françoise Giroud : « *Plutôt jeune, (entre vingt-cinq et trente ans), lassée des privations imposées par la guerre, avide de frivolité* »[282]. *Air France Revue* étant proposée pour

[280] *Terre et ciel*, n°1, février 1946.

[281] *Air France Revue* est un trimestriel publiée par l'entreprise dès 1933 à l'adresse de sa clientèle. Elle est éditée à 20 000 exemplaires annuels dans les années d'après-guerre. Plusieurs indices indiquent par ailleurs que cette revue est effectivement lue, notamment dans l'autobiographie d'Alix Unienville, lorsqu'un Anglais l'interroge sur le sens du mot *litote* présent dans un texte d'Air France.

[282] Françoise Giroud, *Leçons particulières*, Fayard, 1990, p.143, cité dans Kristin Ross, *opus. cit.* p.9.

agrémenter les vols, cette photo n'est pas tant un outil de démarchage commercial mais bien une mise en représentation de la clientèle elle-même – reflet valorisant pour les usager·ère·s distingué·e·s et probablement bien plus âgé·e·s que le couple en question. Air France propose finalement une diffusion du sentiment national en se positionnant à l'avant-garde du progrès technologique.

Illustration n°4 : l'optimisme aérien, affiche « Vers des ciels nouveaux » des ateliers Perceval, 1946

Illustration n°5 : la jeune France tournée vers l'avenir, photo tirée de *Air France Revue*, n°1, 1948

Le 15 août 1957, dans le but de promouvoir le nouvel appareil de Lockheed, le L 11649 « SuperStarliner », la Compagnie Nationale décide de faire un tour des plages de France. Air France annonce les horaires de passage au Touquet, à Deauville, à Collioure ou encore à Nice à la demi-minute près. Le pari technique d'un vol à basse altitude sans retard est tenu ; un des stewards officiant à bord arrive même à saluer par le hublot son grand-père au bout d'une jetée bretonne[283]. Ce tour des plages n'est pas sans rappeler l'événement sportif du Tour de France, ou encore le manuel *Le Tour de France par deux enfants* utilisé de 1877 à 1901 dans les programmes scolaires. Jean-Claude Caron et Michel Vernus, en travaillant sur le processus de solidification de l'État-Nation à la fin du XIX^{ème} siècle, annoncent que les institutions chargées de la cohésion nationale (urbanisme, sport, éducation, champ culturel) ont comme but de rétablir des formes de sociabilité, après que l'industrialisation de l'économie ait transformé le paysage social pré-moderne[284]. Cette analyse, consensuelle dans l'historiographie politique du XIX^{ème} siècle, ne peut-elle pas être redéployée au deuxième XX^{ème} siècle ? Air France, en assumant à la fois son rôle d'antenne relais de l'affect

[283] Solange Catry , *opus. cit.*

[284] Pour la citation exacte : « *La mobilité accrue au cours* [du XIXème] *siècle a induit un autre effet : la destruction progressive de la société agricole et le déracinement des hommes par l'exode rural. Cette destruction a rendu nécessaires de nouvelles formes de communauté et d'intégration, la création de nouvelles solidarités. La nation est l'une d'entre elles, la principale sans doute* ». CARON Jean-Claude et VERNUS Michel, *L'Europe au XIX^{ème} siècle, des nations aux nationalismes (1815-1914)*, Armand Colin, 2019, p. 418.

nationaliste et son rôle d'internationalisation des rapports économiques, n'est-elle pas au centre de ce processus de redéfinition de l'identité française dans la mondialisation ? Si la question reste en suspens, nous considérons cependant que cet épisode commercial – un parmi tant d'autres – honore la mission confiée à l'entreprise à la sortie de guerre.

Cette mission infuse dans toute l'identité commerciale de l'entreprise. Au tournant des années 1950, Air France propose un champ publicitaire recouvrant la puissance, la modernité, la vitesse et le rayonnement international. La compagnie utilise ses bulletins horaires comme support de son image de marque. Imprimés massivement à partir de l'été 1945, ils renseignent la clientèle sur les horaires des vols mais permettent aussi de diffuser des symboles de l'entreprise. Seule « la crevette » décore les premiers feuillets : c'est le symbole historique de l'entreprise créée en 1934, représentant un hippocampe mythologique (moitié Pégase, moitié dragon d'Annam). Il est censé représenter la double activité d'Air France, exploitant des avions et des hydravions. À partir de janvier 1947, la direction commerciale propose une nouvelle esthétique, mettant en valeur sa flotte, son activité permanente et sa couverture internationale : des DC 4 sillonnent le ciel, de jour comme de nuit, au dessus des nuages et de la terre symbolisée par les 12 signes du zodiaque. C'est surtout un planisphère, accompagné de la mention « *présence française dans le monde* »[285], qui profile au mieux le message publicitaire. Venant renseigner la clientèle sur les destinations desservies, la compagnie se targue de desservir 120 centres aéroportuaires répartis sur quatre continents, dans 20 États de l'Union Française et dans 35 pays étrangers. Quelques photos visibilisent l'activité aérienne : un Languedoc 161 en plein vol, son intérieur, et une hôtesse souriante penchée dans l'ouverture de la porte. Dans la fiche horaire de mars 1948, on retrouve la même disposition graphique autour du planisphère, cette fois-ci concentrée sur le territoire métropolitain pour en assumer la connectivité. Paris centralise tous les flux qui quadrillent l'hexagone. Les lignes s'étendent même hors du cadre fixé par la carte pour englober les territoires coloniaux, ce qui confère au dessin une dimension gigantesque, impossible à contenir sur un feuillet de cette taille, comme si la France ne pouvait se résoudre à son petit territoire hexagonal[286]. Sur les productions de 1949, on retrouve de manière centrale la crevette, dont le cercle du logo se superpose cette fois-ci au globe terrestre. Au-dessus, la silhouette d'un DC 4 scinde le feuillet en deux selon une ligne rouge, incarnant simultanément la vitesse et l'horizon[287]. Le discours

[285] Bulletin horaire d'Air France, février 1947. Archives du musée Air France.

[286] Bulletin horaire d'Air France, mars 1948. Archives du musée Air France.

[287] Bulletin horaire d'Air France, hiver 1949. Archives du musée Air France.

commercial d'Air France suppose une foi inébranlable dans ce qu'apporte le progrès technologique à la civilisation. La compagnie devient naturellement un support de propagande aux « optimistes », à savoir ceux qui prônent la technique jusqu'à en exagérer le sens et à en diminuer les risques. Le tournant des années 1950 est marqué par la victoire du camp des promoteurs de la modernisation, reléguant le discours technocritique à une culture intellectuelle, littéraire et marginale[288].

Le support publicitaire le plus célébré d'Air France est celle des affiches. Le procédé lithographique utilisé en France à partir de 1830 s'installe massivement dans le paysage public au tournant du siècle. Marc Martin, en se basant sur les recettes générées par les timbres officiels des affiches papiers – les plus sollicitées –, annonce que le nombre de d'affichage dans les rues a plus que doublé entre 1880 et 1910[289]. Ce média est donc bien connu de la consommation française, tirant partie de l'installation de réseaux nationaux d'affichage. Malgré un recul considérable de son usage dans les années d'après-guerre[290], on peut comprendre pourquoi son usage constitue un habitus commercial des grandes entreprises. Les productions d'Air France connaissent un entrain artistique certain. Les affichistes de renom se chargent d'évoquer les différentes destinations de la compagnie, de façon à incarner le « plus grand réseau du monde ». Lucien Boucher, qui travaille pour la compagnie depuis 1934, représente par exemple l'Extrême-Orient par un oiseau de feu et d'or au-dessus d'une architecture typique[291], ou encore l'Amérique du Sud, dont la forme continentale se dédouble ingénieusement en forme d'aile pour incarner les célèbres vols des pionniers de l'aéropostale[292]. Le peintre Robert Falcucci compose lui aussi des lithographies pour l'entreprise, notamment une venant reconstruire les hauts lieux touristiques européens pour donner l'impression de la proximité[293]. Des agences étrangères sont également convoquées : Havas Ltd à Londres, sous le pinceau de Dorrit Derk, publie une affiche représentant les États-Unis à travers le symbole du cow-boy au foulard noué autour du cou[294]. En 1948, une

[288] François Jarrige, *opus. cit.*

[289] Marc Martin, « De l'affiche à l'affichage (1860-1980), *Le Temps des médias*, n°2, 2004/1, pp. 59-74.

[290] *Ibid.* L'affichage représente 4,1% du chiffre total des investissements publicitaire en 1950. Il revient toutefois rapidement à des niveaux d'avant-guerre (8,6% en 1952), témoignant de l'intérêt commercial qu'il représente. Stabilisée autour de 10% sur les décennies 1970 et 1980 (pouvant monter jusqu'à 15% en 1984), l'affiche connaît un brutal coup d'arrêt avec la massification des publicités télévisées dans les années 1990.

[291] Lucien Boucher, affiche publicitaire des ateliers Perceval, 1949. Archives du musée Air France.

[292] Lucien Boucher, affiche publicitaire des ateliers Perceval, 1950. Archives du musée Air France.

[293] Affiche Air France / Europe, Robert Falcucci, 1948. Archives du musée Air France.

[294] Dorrit Derk, agence Havas Ltd, 1950, musée Air France.

affiche popularise la célèbre formule « *de tous les ciels* », grâce à la mise en avant de la crevette, s'esquissant dans les pales d'une hélice[295]. Une étude systématisée de ces productions pourrait avoir l'intérêt de circonscrire l'état des représentations du tourisme et de ses structures coloniales. À considérer les affiches mettant en scène les destinations africaines ou asiatiques, les stéréotypes raciaux témoignent d'une emprise encore forte des imaginaires de la fin du XIX^{ème} siècle. On peut prendre pour preuve l'affiche « Afrique Occidentale » dessinée par Albert Eugène Brenet en 1948, qui correspond typiquement à la vision impériale : un homme noir et son fils pagaient, presque nus, surplombant le cadavre d'un léopard fraîchement chassé[296].

1.2.2.3. Des visages féminins pour soutenir les efforts de reconstruction

Les hôtesses symbolisent ce nouveau départ, en devenant la vitrine internationale de la féminité française. Dans les brochures de présentation des équipages, la direction commerciale insiste sur leur niveau de culture et de savoir-vivre, tout en se vantant de l'exigence de son processus de sélection. L'idée de représenter la nation régénérée est clairement énoncée : « *à bord des avions d'Air France, l'hôtesse joue le rôle d'une maîtresse de maison avec le goût et l'intuition traditionnels de la femme française* »[297]. Une autre brochure publicitaire de 1949, intitulée le « Sourire d'Air France », présente l'hôtesse comme « *le sourire de la France* » ; elle sourit sur la photo, « *comme toute française qui accueille ses invités* »[298]. En proposant le réenchantement touristique de la France, les pouvoirs publics et privés placent en première ligne des corps féminins. *Le Monde* se saisit de ces nouveaux métiers féminins qui fleurissent pour accompagner le renouveau touristique :

> « *C'est qu'elle n'a rien à vendre, mais tout à offrir : sa gentillesse, sa patience, sa bonne volonté. Elle a vingt-cinq ans, s'appelle, disons... Véronique, et exerce le métier d'hôtesse de Paris à l'aérogare des Invalides. Avec des soins maternels elle reçoit tous les jours les*

[295] Affiche publicitaire des ateliers Perceval, 1948. Archives du musée Air France.

[296] Affiche Air France / Afrique occidentale, Albert Eugène Victor Brenet, 1949. Archives du musée Air France.

[297] Brochure publicitaire d'Air France, 1948, Musée Air France.

[298] Brochure publicitaire d'Air France, 1949, Musée Air France.

grands enfants que sont les touristes étrangers et qui se comportent un peu lorsqu'ils débarquent en France comme des adolescents lors de leur premier bal : anxieux de ne point commettre de gaffes, avides de tout observer et curieux de tout comprendre »[299].

Les hôtesses de l'air sont en quelque sorte le prototype d'un métier de service féminisé, que l'industrie touristique va répliquer dans ses grands centres d'activité. La ville de Paris déploie les premières hôtesses de Paris durant l'été 1950. La première promotion de 10 hôtesses doit accueillir les touristes, trois travaillent à la gare Saint-Lazare. Elles ont pour objectif d'incarner « *la grâce même de cette capitale dont le nom vibre comme un poème au cœur des hommes du monde entier* »[300]. Les critères de recrutement sont semblables à ceux d'Air France (que l'on détaillera dans la partie suivante) : avoir entre 21 et 30 ans, parler anglais couramment et posséder des connaissances solides dans une autre langue, connaître l'histoire de Paris et les informations pratiques relatives au tourisme, faire preuve d'érudition et de culture, maîtriser le « savoir-vivre » français et, surtout, démontrer élégance et distinction : « *un étranger doit sentir instantanément dans le sourire et le maintien de l'hôtesse qui se présente devant lui ces qualités de finesse, de charme physique et spirituel qu'il a souvent entendu vanter* »[301]. Ces « ambassadrices de la capitale » répondent à cette nécessité politique de montrer un visage revitaliser de la France.

Un autre article de presse fait également part de la présence d'hôtesses sur les lignes de bus Paris-Copenhague et s'interroge sur la nécessité d'employer des « hôtesses du rail », selon le modèle australien[302]. Comme l'analyse Emmanuelle Retaillaud dans sa généalogie culturelle de « la parisienne », la femme bourgeoise, fraîche, intemporelle et élégante, sert de support au discours politique qui vient clore la guerre ; Paris doit troquer le langage martial de la Libération pour le langage plus léger du mode de vie. Le luxe parisien ne s'est pas arrêté à la guerre – de l'ordre d'une parenthèse – et il doit trouver des nouveaux supports de diffusion. Ainsi l'exposition « Le théâtre de la mode » au pavillon Marsan le 28 mars 1945 met en scène des figurines de parisiennes dans des décors de papier mâché. Son succès est international et elle devient, dans certaines bouches, le symbole de la France. « *C'est sur le terrain de la mode*

[299] André Leveuf, « Avec une des hôtesses à l'aérogare des Invalides », *Le Monde*, 7 avril 1953.

[300] J. Robert, « Paris motorise ses belles pour chanter sa renommée », *V,* 20 août 1950.

[301] Claude Thenaisie, « Un métier difficile : Hôtesse de Paris », *A la page,* 29 mars 1951.

[302] « Aurons-nous un jour des hôtesses du Rail », *La Gazette Provençale*, 1er septembre 1950.

que la Parisienne entame son travail de reconquête » de son image, ternie par quatre ans d'occupations où plusieurs figures d'avant-guerre se sont « livrées » à l'occupant[303]. La reconstruction de l'économie touristique semble s'accompagner systématiquement de figures féminines, sélectionnées et formées de façon à proposer un visage homogène de la femme française à l'internationale.

Ce qu'Air France tente de faire en 1946 n'est pas un cas isolé. Lors du XVIIème salon de l'aéronautique, il apparaît que les hôtesses d'accueil représentent « *la grande nouveauté des stands réservés aux compagnies aériennes* ». « *Toutes charmantes* », vêtues pour la plupart de bleu, plus ou moins standardisées, elles accompagnent le redressement de l'aviation civile en offrant un visage féminin à la clientèle, dès sa première approche des compagnies[304]. Les lignes hollandaises KLM forment leurs hôtesses à la transmission de leur patrimoine culturelle. Elles suivent des cours d'histoire de l'art pour instruire la clientèle sur Rembrandt ou Van Gogh, dont les appareils prennent les noms[305]. Vanessa d'Hooghe identifie une dynamique similaire dans son travail sur la Sabena[306]. La compagnie nationale belge embauche ses premières hôtesses en 1946 selon des critères de recrutement très proches de ceux d'Air France. Vanessa affirme qu'*il y a « un lien évident entre la beauté d'une hôtesse de l'air, ambassadrice d'un pays à l'étranger et l'image nationale, ainsi que, parallèlement, entre la bonne santé de la compagnie et l'excellence du service qui y contribue fortement* ». Il en va de même pour Air France ; la présence des nouvelles « hôtesses de maisons volantes » permet d'instaurer également un climat de confiance économique nécessaire au développement de l'aviation civile d'après-guerre.

[303] Emmanuelle Retaillaud, *opus. cit.*

[304] *Terre et ciel*, n°11, décembre 1946.

[305] « Histoires en l'air », *Le Monde*, 10 novembre 1949.

[306] Vanessa D'Hooghe, *opus. cit.*

1.3. La fabrique d'un projet de genre par l'environnement professionnel

Si l'hôtesse de l'air suscite autant d'intérêt, c'est parce qu'elle incarne un projet d'identité sociale. Son mode de présence étant codifié par l'entreprise, il est possible d'analyser comment l'environnement professionnel contribue à la fabrique de la féminité et de la masculinité.

1.3.1. Fabriquer la féminité des « hôtesses de maisons volantes »

1.3.1.1. Technicité des convoyeuses de l'air et mondanité des hôtesses

Air France embauche ses premières « jeunes filles volantes » en mars 1946 pour confirmer le renouveau de l'aviation civile, plus sûre et plus attractive. Ce choix répond à l'impératif de sécurité qui, comme le rappelle Jérémie Legroux, est à l'origine de la fonction commerciale des hôtesses[307]. Suivant l'exemple états-unien, on leur demande de rassurer les gens par leur présence. La division hôtelière d'Air France s'avère être très sélective : elle n'embauche que 14 hôtesses sur 350 demandes reçues[308]. Parmi la première « vague » entrée en service le 1er avril 1946, deux d'entre elles arrêtent avant d'exercer avant le mois de juillet[309]. Sous l'angle de la presse, cette sévérité s'explique par leur rôle fondamental de

[307] Jérémie Legroux, « Les structures techniques du travail émotionnel à Air France : l'hôtesse de l'air, le passager et l'avion après 1945 », Communication au colloque Métiers de service, Université de Lausanne, 2-3 septembre 2010.

[308] *Les Jeunes Filles Volantes*, 1946, article d'une presse non déterminée, Musée AF. Seules 11 hôtesses voleront effectivement. On soupçonne que 3 d'entre elles se sont mariées avant de finir la formation, renonçant de fait à un contrat avec Air France.

[309] Liste de décompte des salaires des hôtesses. Archives SNPNC.

représentation devant une clientèle étrangère : ce doivent être « *les jeunes filles, les plus jolies, les plus attrayantes, les plus intelligentes et les plus cultivées* », car c'est désormais cet « *éternel féminin* » qui fait l'attrait du voyage aérien[310].

La littérature existante insiste toutefois sur la haute technicité des bassins d'embauche. Les premières hôtesses seraient d'anciennes convoyeuses de l'air formées aux vols et aux techniques d'infirmerie par la Croix-Rouge et l'armée, ou plus rarement des infirmières ou des ambulancières[311]. Sur l'initiative de la marquise de Noailles, les sections IPSA (Infirmières Pilotes Secouristes de l'Air) regroupent dès 1934 des femmes pilotes ou convoyeuses dans l'optique de déployer des infirmières détachables[312]. Elles sont entraînées au vol par des instructrices de renom telles que Marcelle Choisnet, au record de durée sur vol à voile, ou encore Elisabeth Boselli, championne d'altitude en vol et pilote militaire. L'État reconnaît progressivement les compétences spécifiques de ce corps aérien, en délivrant un certificat d'infirmière d'aviation sanitaire en 1935 et en autorisant la création d'une brigade de secouristes parachutable en 1937, que les propres infirmières pouvaient piloter. Pourtant, les sources d'Air France disponibles ne mentionnent pas (ou trop peu) les IPSA dans leur système d'embauche. Sans remettre en cause ce qui est écrit à ce sujet, il ne semble pas que ce soit le profil que la compagnie recherche. Le fameux article de Philippe Roland publié par *Le Figaro* en mars 1946 ne mentionne d'ailleurs rien à leur sujet. Le journaliste insiste davantage sur le niveau d'étude exigé par la Compagnie Nationale ou encore sur le physique lissé des candidates, que sur leur degré de maîtrise des gestes secouristes ou aéronautiques[313]. Louis Gérard, dans un article de la revue *V* rapporte les paroles d'une hôtesse qu'il interroge sur les conditions requises pour exercer : « *Les qualités essentielles demandées à une hôtesse de l'air sont le tact, la distinction et l'amabilité.* [Le métier] *satisfait à la fois le besoin de dévouement*

[310] « Ecole d'ambassadrice », *Regards,* 20 septembre 1946.

[311] Louis-Marie Barnier, 1992, Entre service public et service privé, La valorisation du travail dans le transport aérien [thèse de doctorat en Lettres et Sciences Humaines, Université Paris X – Nanterre], 446 p.

[312] D'après le dossier écrit par Virginie Alauzet, archiviste de la Croix-Rouge, et Géraldine Drot. Disponible en ligne https://www.croix-rouge.fr/La-Croix-Rouge/La-Croix-Rouge-francaise/Historique/Creation-et-developpement-de-la-Croix-Rouge-francaise/Combat-pour-l-engagement-1280

[313] Philippe Roland, *Révolution dans le ciel*, *Le Figaro*, 3 mars 1946. On insiste sur le terme « fameux » car cet article est sans doute un des premiers à relayer aussi largement le choix stratégique d'Air France. C'est également un article qui oriente la mince historiographie francophone autour du sujet : il est exhumé par *Le Figaro* lui-même, qui cherche à promouvoir les 70 ans de la création du métier en 2016. Ainsi, une préface rédigée par Camille Lestienne met en valeur cette archive, dont la numérisation actualise le contenu et le mode de lecture digitale (lien disponible : https://www.lefigaro.fr/histoire/archives/2016/03/04/26010-20160304ARTFIG00250-les-premieres-hotesses-de-l-air-une-revolution-dans-le-ciel-de-1946.php)

et le désir d'aventure que tout jeune fille porte en elle. On se sent utile[314] ». Elle ne mentionne pas les compétences techniques particulières qui renverraient au corps organisé des IPSA.

La revue *Carrières*, spécialisée dans la mise en récit des métiers à destination d'un jeune public, s'empare de cette nouvelle thématique « des femmes navigantes » dans un numéro de 1948. Les IPSA y apparaissent comme une profession différente de celle d'hôtesse de l'air. Elles peuvent être volantes ou non volantes et doivent préparer un examen en vue d'obtenir leur diplôme d'État. Elles ont besoin d'avoir terminé le cycle des études secondaires, mais la possession du baccalauréat n'est pas un prérequis, pas plus que la maîtrise de l'anglais ou d'une troisième langue : concernant l'examen d'entrée, la dissertation en anglais n'est que coefficient 1, tandis que l'interrogation portant sur les questions médicales est coefficient 5. La liste des thématiques que les candidates doivent apprendre est longue et détaillée : médecine aéronautique (*effets physiologiques du vent, des vibrations, des bruits, le mal de l'air et les moyens de protection, effets directs et indirects de la dépression atmosphérique,* etc.), aéronautique élémentaire (*météorologie, le vol à voile, la navigation,* etc.) et médecine coloniale (*la peste, la dysenterie, la fièvre jaune, les animaux venimeux, hygiène de l'Européen aux colonies,* etc.)[315]. Les convoyeuses de l'air suivent une formation similaire mais exige en plus le degré de natation de premier degré et un perfectionnement de l'anglais. Pour les deux professions, toutes les candidates doivent être célibataires ou libres de charges familiales, de nationalité française et âgées de 21 à 30 ans.

La formation d'hôtesse de l'air s'adresse aux femmes du même âge, diplômées du baccalauréat ou d'un diplôme professionnel – incluyant le diplôme d'IPSA. Cependant, les prérequis de la formation insistent nettement plus sur des qualités d'ordre morale et esthétique, parmi lesquelles on retrouve « *une éducation parfaite, un caractère souple, capable de diplomatie, aimable, enjoué, une culture suffisante pour permettre une conversation agréable, une excellente présentation, un physique agréable (pour Air France*

[314] Louis Gérard, « Champs Elysée – Canebière avec une hôtesse de l'air ». *V*, n°117. 29 décembre 1946. La revue « V » est créée le 23 septembre 1944. Elle a pour objectif de représenter une ligne culturelle de la Résistance. Sa ligne éditoriale s'inspire notamment des magazines outre Atlantique en proposant un contenu concis, imagé, et centralisé autour de grandes figures *people*.

[315] « Je veux être hôtesse de l'air », *Carrières*, Feux Nouveaux, 1948, 64 p. Collection dirigée par P. Le Rolland, ancien directeur de l'enseignement technique au ministère de l'Education Nationale. Le livre est divisée en deux parties : la première sous la forme d'une narration littéraire raconte l'histoire de Brigitte, hôtesse de l'air, la seconde, davantage informative, récapitule en une dizaine de pages les prérequis pour intégrer les métiers de l'aérien.

(sic.)*),* ou encore *une bonne haleine* »[316]. L'entreprise attend de ses premières recrues une disponibilité totale, une moralité certaine, un cœur solide, de la personnalité et de la distinction. Les corps sont triés selon des critères stricts : mesurer entre 1m55 et 1m65, peser entre 45kg et 55kg, ne pas dépasser 70 cm de tour de taille. Le premier jury, qui examine les candidates reçues à l'épreuve écrite, ne tolère ni « *les jambes torses* », ni l'imperfection dentaire[317]. Sur les 224 hôtesses passées devant le jury de sélection le 20 mai 1946, seules 65 passent le tamis des critères esthétiques. Le jury est composé de quatre hommes et d'une femme. La sévérité du jugement physique peut parfois être adoucie : Mlle Françoise Levesque de Vilmoris, par exemple, « *ne peut être admise en fonction de sa taille (1m74)* », mais présente de bonnes dispositions à exercer comme cheffe hôtesse. Elle est donc admise au deuxième volet de la sélection, soit les sessions « psychotechniques », où l'encadrement d'Air France fait passer des tests cognitifs et d'agilité intellectuelle (assemblages, puzzles, etc.[318]). Preuve supplémentaire de l'absence de formation compète d'infirmerie, la Croix Rouge ouvre des cours spécifiques pour les hôtesses de l'air à partir du 15 octobre 1951, soit plus de 5 ans après leur apparition formelle[319].

Air France souligne l'importance des capacités linguistiques et des efforts de présentation. La commission de sélection peut éliminer des hôtesses pour une mauvaise maîtrise des langues étrangères ou pour une présentation inadéquate[320]. Parler l'anglais couramment est un prérequis décisif et, en cela, il est un bon indicateur de la sociologie des premières hôtesses de l'air. L'apprentissage de la langue par le voyage ou par le préceptorat (la voie familiale) rappelle l'éducation différenciée, chère à la bourgeoisie à la fin du XIX^{ème} siècle[321]. Un regard sur la première sélection d'Air France nous renseigne que neuf candidates sur les 59 retenues à la suite de l'examen écrit ont un nom à particule. Trois d'entre elles habitent en province (à Tours, à Strasbourg et à Montdidier). Parmi celles domiciliées à Paris, elles ne sont que 10 (soit 17%) à vivre dans des arrondissements populaires. Le reste des candidates se répartit entre le 17ème, le 16ème, le 15ème, le 8ème, Paris centre (1er et 2ème), ou

[316] *Ibid.*

[317] « Pour avoir des ailes il suffit de sourire », *Le Figaro,* 10 octobre 1948.

[318] Solange Catry, *opus. cit.*

[319] *Union Nationale des femmes,* 1er octobre 1951.

[320] PV de la commission de sélection des hôtesses, 27 juillet 1946. Archives SNPNC.

[321] Marie-Pierre POULY, « La différenciation sociale de l'apprentissage de la langue anglaise en France au XIXe siècle », *Histoire de l'éducation*, 133 | 2012, pp. 5-41.

encore la banlieue ouest élargie (Neuilly-sur-Seine ou Chatou)[322]. Solange Catry, vivant à Rouen, se sentait ainsi « *désespérément provinciale* » lors de la première phase de sélection, entourée de jeunes femmes performant le chic parisien, exhibant des « *bas de nylon sur des jambes de star* » [323]. Ses chaussures à semelles de bois et son tailleur de fibranne dénotaient avec la mode de la capitale. Une de ses camarades de promotion de 21 ans, Paulette Vavasseur, exerçait comme mannequin avant de se faire embaucher[324]. Ces quelques indices nous permettent de situer la stratégie d'embauche de la compagnie nationale : circonscrite à la bourgeoisie urbaine, le profil sociologique des hôtesses correspond au projet commercial d'Air France, à savoir embarquer à bord des appareils des hôtesses de salon bourgeois.

Après avoir finalisé toutes les étapes de la sélection, une formation de quatre semaines se déroule au château de Maligny, dans l'Yonne, sous la supervision de Bertrand d'Astorg, poète vichyste habitué à la formation des cadres[325]. Entre cours de culture aéronautique – dont l'existence indique que la technicité navigante n'est pas un prérequis à la formation –, cours de géopolitique, revue de presse journalière à 15h, cours de gymnastique, de puériculture et de culture générale[326], ces premières générations d'hôtesses sont certes formées au service, mais elles le sont avant tout à la mondanité. En évoquant les exercices physiques dispensés, Solange Catry insiste sur leur caractère ludique et peu approprié à l'exercice aérien « *au nom du charme féminin* ». Elle synthétise son souvenir ainsi :

> « *Nous nous familiarisons avec les problèmes économiques, sociaux et politiques du temps comme si nous étions appelées à jouer, dans nos carlingues, les Scudéry, Mme De Staël, et comtesse de Noailles réunies* »[327].

Il s'agit vraisemblablement de les modeler à l'image de la féminité affichée dans les prospectus distribués à bord : parisiennes, élégantes, fraîches, au maintien corporel et à

[322] PV de sélection des candidates hôtesses pour la session psychotechniques, février 1946. *opus. cit.* Dans les candidates habitant l'est parisien, on compte deux hôtesses domiciliées dans le 20ème arrondissement, une dans le 19ème, une dans le 18ème, une dans le 14ème, deux dans le 10ème, une dans le 9ème et une dans le 5ème.

[323] Solange Catry, *opus. cit.*

[324] *Elle,* n°22, 16 avril 1946

[325] Richard Blin, « Le Modelé de l'imaginaire (Pour saluer Bertrand d'Astorg) », *La Nouvelle Revue française*, n°453, octobre 1990.

[326] Reportage du 28 octobre 1947, des Actualités Françaises, archive INA.

[327] Solange Catry, *opus. cit.* p.31

l'esthétique vestimentaire irréprochable. Un article du magazine *Elle* d'avril 1946 affirme même que la plupart des hôtesses de Maligny « *plus gardées que des nonnes* » ne sont jamais montées dans un avion[328]. Le premier Paris-Londres de Solange Catry fait effectivement office de baptême de l'air : elle est accompagnée d'un steward guère plus expérimenté qu'elle, et la première expérience réelle du travail est loin de correspondre au programme de formation.

1.3.1.2. Le métier d'hôtesse de l'air comme la mise en valeur d'une féminité moderne

Le long texte de *Carrières,* écrit par Marianne Monestier, prend la forme d'une discussion entre une dame, sa fille et Brigitte, une jeune femme de 20 ans qui rêve de devenir pilote. Cette dernière considère la féminité exaucée par l'hôtesse d'Air France avec dédain : « *Peuh ! Pour un métier de femme de chambre doublé de serveuse de restaurant, c'est bien la peine de faire tant d'embarras* »[329]. La narratrice, dont la voix amplifie la propagande commerciale d'Air France, cherche à défendre l'image des hôtesses en insistant sur leur caractère moderne et précurseur. Pour ce faire, elle revient d'abord sur l'évolution du vol féminin, afin de mettre à l'honneur l'audace des femmes pilotes – mais aussi pour insister sur la dangerosité du vol. Elle s'aide des citations du livre de Marguerite d'Escola publié en 1946, *Hélène Boucher, celle qui a vaincu la peur*. La stratégie rhétorique se résume à prouver que ces pionnières ont déjà su prouver « *la fausseté de l'appellation : le sexe faible* », que la valeur des femmes, si longtemps invisibilisée, ne serait plus à démontrer. La figure emblématique des femmes pilotes est ancrée dans le passé, dans « *l'époque chevaleresque de l'aviation* ». La massification du transport par voie des airs – toute relative évidemment – apparaît comme une évidence ; si les appareils se modernisent, les systèmes de vol se complexifient : l'époque semble appartenir aux ingénieurs plus qu'aux héroïques acrobates des années 1920. En entendant cet argument, Brigitte s'assombrit, « *elle qui n'a jamais pu réussir une modeste soustraction en comptant sur ses doigts* »[330].

À en croire le livre, le courage et le sang-froid des aviatrices d'hier ne trouvent pas leur place dans le cockpit modernisé de la flotte d'après-guerre. À l'inverse, la narratrice souligne que les hôtesses de l'air remplissent une mission en accord avec l'époque. Elles sont

[328] *Elle,* n°22, 16 avril 1946.

[329] « Je veux être hôtesse de l'air », *Carrières*, *opus. cit*,

[330] *Ibid.*

chargées du bien-être des passager·ère·s distingué·e·s, de la prise en charge des bébés (ce qui a pour effet d'attendrir Brigitte) et elles appartiennent sans aucun doute au monde régénéré de la mode. À ce titre le texte cite la présence d'une hôtesse de l'air dans la remise des Oscars de 1947, parmi lesquels figuraient l'égérie Michèle Morgan. La jeune fille s'enthousiasme à l'idée de devenir « *ambassadrice de l'élégance et du goût français* ». Ce qui achève de convaincre Brigitte, c'est avant tout l'attraction que représente une vie de voyage, aux escales parfois prolongées et aux potentielles rencontres que cela offre. La narratrice se félicite d'avoir orienté les nouvelles générations vers un métier qui, en définitive, ne représente rien de plus qu'une lucarne de liberté moderne, vite rebouchée par le mariage. L'expérience relationnelle acquise au contact des passager·ère·s doit se prolonger dans la responsabilité de celle de la mère de famille. L'autrice conclut, mélancolique, en imaginant le futur de Brigitte et d'Edwige :

> « *Appuyée contre le mur froid de ma maison, je revois sous d'autres lunes, d'autres silhouettes s'enfonçant dans d'autres soirs d'octobre, et ma jeunesse qui, elle aussi, fait un rêve. Un rêve trop tôt venu, dans une époque où les filles, lorsqu'elles n'appartenaient pas au milieu déjà émancipé des Hélène Boucher ou des Maryse Bastié, n'avaient plus qu'à refermer la fenêtre entr'ouverte de leurs désirs.*
> *IPSA ? Hôtesse de l'air ? Pourquoi pas?…*
> *IPSA ? Pourquoi pas ?…*
> *Et puis on dit qu'elles ne le restent pas longtemps, et quelles se marient, toutes, plus ou moins rapidement.*
> *C'est là une excellente solution. Après les responsabilités du bord, celles de la famille. Après les nouveau-nés anonymes, mes petits-fils… Après les grandes randonnées, les atmosphères piquantes et nouvelles, l'âpre plaisir de l'inconnu, une maison comme celle-ci, remplie de fils turbulents…* »[331].

La modernité apparente du métier, celle que suppose sa nouveauté, ressemble à cette brève permission que l'autorité parentale accepte en posant toutes sortes de conditions ; pas vraiment une carrière, l'hôtesse de l'air doit vivre cette expérience comme une passerelle vers une vie de femme au foyer accomplie. En cela tout l'argumentaire du texte est à replacer dans

[331] *Ibid.*

le contexte historique de régénération des identités de genre traditionnelle : l'hôtesse – érigée comme représentante de la féminité française – ne peut appartenir que temporairement au monde de la technologie et de la guerre, le champ domestique étant sa fonction originelle.

Brigitte officie finalement chez Air France. Le texte se focalise sur sa fonction relationnelle, à savoir celle d'une présence sécurisante et maternante. Elle doit s'occuper des angoisses d'un passager souffrant du mal de l'air, ou encore d'une passagère qui a peur de l'avion. *Carrières* s'attarde davantage sur sa relation à un petit garçon de 12 ans, car c'est à travers cet enfant malheureux que Brigitte rencontre son tuteur, un officier, avec qui elle espère construire un amour durable. Elle est ainsi rattrapée par sa condition de genre : mère préoccupée et future épouse, réalisant les prédictions de la narratrice. La fille de cette dernière, Edwige, part quant à elle pour l'Indochine en tant qu'IPSA. Le récit ne lui consacre que trois brèves lignes, inspirées de la devise du brevet de pilote militaire : « *les ailes te portent, la croix te guide, la couronne t'attend* ». La différence frappante de tonalité dans l'écriture vient appuyer cette idée de destinées diamétralement opposées, l'une cherchant à s'extirper des souffrances de la guerre, la seconde les prolongeant dans les conflits de la décolonisation. Finalement, lorsqu'on la considère dans son ensemble, cette revue place les jeunes lectrices face à deux imaginaires : l'un technique, qui plonge ses racines dans l'aviation glorieuse (celle des IPSA et des convoyeuses, dont la « *couronne* » promise est celle de la mort ou de la gloire[332]), l'autre plus fantaisiste et lumineux, où domine l'idée d'une expérience faite de voyage et de rencontres, qui viendrait se ramifier dans la quiétude d'une vie domestique.

Dans l'immédiat après-guerre, les hôtesses de l'air sont cependant liées au monde militaire. Le témoignage de Solange Catry en témoigne, notamment dans son lien aux militaires états-uniens postés en Normandie. Avant de devenir hôtesse, Alix D'Unienville participe à la résistance, parachutée sur le continent lors d'opérations militaires. D'après nos données d'entretien, Marie et Sylvie, embauchées respectivement en 1967 et 1971, sont toutes deux filles d'officier (armée de l'air et armée de terre). Charline, entrée en 1972 à Air France, est également fille de militaire et se forme aux IPSA. Ces quelques exemples de trajectoires d'hôtesses montrent l'imbrication du monde militaire avec l'aviation civile. Plus généralement les uniformes conservent le souvenir de la guerre. Florence Müller analyse dans l'habit de Georgette Raynal, la maison de couture choisie à la fin 1946, les stigmates des années noires : il est même recommandé de porter le béret sur le côté dans le style de la

[332] *Ibid.*

Croix-Rouge. Même si les hôtesses accueillent les passager·ère·s avec des gants blancs avant de les enlever lors du service en cabine – l'aéronautique doit montrer un visage raffiné –, l'uniforme « *semble ignorer la « révolution » qui a bouleversé le paysage de la mode d'après-guerre (...). L'uniforme d'Air France, dans ce contexte, fait figure de rescapé de la guerre* »[333].

Malgré ces indices, il nous a été impossible d'évaluer la réalité des connexions entre convoyeuses, IPSA et hôtesses de l'air. Air France l'affirme en interne via le document très complet de Maurice Delaigue de 1983[334], un agent administratif détaché à la direction du transport. En réalité, nous pensons que c'est le propre groupe professionnel qui génère cette mémoire, de façon à insister sur un niveau de technicité légitimant, dès sa création, leur existence. Si nous ne sommes pas en mesure de valider ou d'invalider ce récit, nous pouvons en revanche confirmer qu'Air France, en tant qu'entreprise marchande, préfère construire l'image d'une hôtesse féminine dans sa domesticité plutôt qu'une hôtesse rôdée aux gestes de l'urgence aéronautique. C'est également ce qu'observe Vanessa D'Hooghe qui s'appuie sur un texte très similaire à celui publié dans *Carrières*. En 1947, le Conseil national des femmes Belges publie un livre intitulé *Métiers, professions et carrières pour nos jeunes filles,* dans lequel la profession d'hôtesse de l'air est présenté aux jeunes filles de 12 à 14 ans qui seraient attirées par les voyages. L'historienne en conclue que « *le passage dans la vie active est vu, dans le cadre de la profession d'hôtesse de l'air comme dans beaucoup d'autres, comme une plus-value de la jeune personne sur le marché matrimonial et non comme une fin en soi. Quelquefois ces mariages alimentent le mythe en même temps qu'ils sont une grande publicité pour la compagnie (...). Les hôtesses de l'air deviennent la parfaite fiancée du pays, alimentant l'imagination à la fois des jeunes hommes mais aussi des jeunes femmes* »[335].

[333] Florence Müller, *opus. cit.* p. 28

[334] Maurice Delaigue rédige en 1983 la brochure, *PNC, un métier neuf.* C'est la source de première main que Louis-Marie Barnier utilise comme support historique à sa recherche sociologique. Si la synthèse est convaincante, nous notons toutefois des erreurs ou des approximations après un travail d'archive plus approfondi.

[335] Vanessa d'Hooghe, *opus. cit.* p. 82

1.3.2. L'identité féminine mise sous tension : construire une profession dans un environnement institutionnel masculin

Les hôtesses de l'air doivent se faire une place dans un milieu masculin, pour ne pas dire machiste. Solange Catry indique que pour une bonne partie des pilotes de l'époque, le ciel est « *un domaine strictement réservé aux mâles* »[336] . Un survol statistique nous indique qu'elles sont largement minoritaires à Air France. En considérant la liste de vol des hôtesses, nous comptons 39 hôtesses effectives en août 1946[337]. Elles ne représentent qu'environ 25% des effectifs du personnel de cabine au début des années 1950 et, rapportées à l'ensemble des membres de l'équipage, elles ne représentent que 7,5% au 1er janvier 1951[338]. C'est la seule présence féminine à bord des avions. Air France n'embauche que 10% de femmes au 1er janvier 1953, sur les 15 000 personnes employées. Les hôtesses françaises, à l'instar des états-uniennes, sont numériquement faibles mais surreprésentées médiatiquement ; un article du magazine féminin *Elle* présente différentes situations pour ses lectrices, et celle d'hôtesse de l'air est la première à apparaître, avant même secrétaire médicale, sage-femme ou professeure, indiquant par-là même l'aura inédite dont bénéficie le métier[339].

1.3.2.1. La configuration genrée de l'environnement professionnel

Il s'agit pour les hôtesses de s'inventer un espace professionnel, tant dans leur rapport avec l'institution qui vient définir leur condition de travail et les cadres d'exercice de leur métier, qu'avec les membres de l'équipage, soudés par une chaîne de commandement dans laquelle elles viennent s'insérer. Dès le début 1947, le personnel de cabine est regroupé sous l'appellation Personnel Complémentaire de Bord (PCB). Un décret de la direction en acte la différenciation en trois groupes : les commissaires de bord, les hôtesses et les stewards. Au 1er janvier 1949, on compte 88 hôtesses, 138 stewards et 18 commissaires de bords[340]. Chaque catégorie est hiérarchisée selon des grades – du statut de stagiaire à celui de chef commissaire, cheffe hôtesse ou chef steward – eux-mêmes organisés de la 3ème à la 1ère classe[341]. Chaque classe détermine le niveau de coefficient hiérarchique venant fixer le salaire. Les

[336] Solange Catry, *opus. cit.*

[337] Liste des salaires des hôtesses, août 1946, archives SNPNC.

[338] D'après le bilan social d'Air France de 1952, archives privées d'Air France. On compte 872 PNT (personnel exclusivement masculin) pour 291 PCB.

[339] *Elle,* n°158, 06 décembre 1948.

[340] Bilan social d'Air France de 1950, archives privées d'Air France.

commissaires de bord bénéficient des primes les plus conséquentes et d'un niveau de rémunération plus élevé. Si les primes de vol et les primes de fonction sont les mêmes pour les hôtesses et les stewards, les premières gagnent en moyenne 15% en plus que les seconds. Selon le manuel du PCB, le salaire à l'embauche d'une hôtesse est de 18 500 francs mensuels en 1948 (l'équivalent de 769 euros de 2024[342]). Il peut monter jusqu'à 31 500 francs (1 310 euros de 2024). Le steward gagne 17 500 francs en tant que 3ème classe (728 euros de 2024). Il peut monter jusqu'à 27 500 francs (1 144 euros de 2024)[343]. Cet état de fait très rare pour l'époque se justifie par un niveau de qualification à l'embauche plus élevé : les stewards doivent posséder un diplôme d'école hôtelière tandis que les hôtesses doivent justifier un niveau d'étude équivalent à la première partie du baccalauréat[344]. À noter toutefois que les hôtesses ne peuvent voler que 550 heures supplémentaires par semestre, tandis que les stewards peuvent en faire 605. Généralement, les stewards volent davantage que les hôtesses[345]. Le traitement salarial différencie donc des corps professionnels qui, pourtant, se mobilisent conjointement pour améliorer les conditions de travail.

Les professions relatives au service en cabine sont très peu réglementées. Plusieurs hôtesses malades se sont par exemple vues déduire des journées d'absence, faute d'assurance maladie spécifique[346]. Il n'existe pas encore de régime spécifique ou de conventions collectives – pas dans le registre du *Journal Officiel* du moins. Syndiqué·e·s sous l'égide du SNOAM (Syndicat national des officiers de l'aviation marchande), les PCB engagent une série de négociations avec la direction. Un service « assurance » est ainsi créé à partir d'août 1946, prévenant, dans certaines conditions, le risque aérien depuis la montée à bord de l'appareil jusqu'à la descente[347]. La prise en charge des blessures au travail dans un milieu

[341] Décision Générale n°173 de la Direction Générale, le 1er févier 1947, archives du SNPNC. Les chefs commissaires sont répartis en quatre classes, tandis que leurs équivalents stewards et hôtesses n'en comportent que deux.

[342] Conversion réalisée grâce aux outils disponibles sur le site de l'INSEE. Cela permet d'avoir un aperçu du niveau de salaire d'époque, mais pas du pouvoir d'achat. Lien URL : https://www.insee.fr/fr/information/2417794

[343] Ce sont des moyennes que nous avons construites sur la base du coefficient hiérarchique attribué aux stagiaires.

[344] Manuel du PCB, 1948, archives du Musée d'Air France.

[345] La réalité des fiches de paye de 1946 montre que les hôtesses des premières promotions gagnaient souvent moins, en raison de la rareté de certaines affectations (notamment une basse fréquence long-courriers) : Janine Raveton gagne par exemple 14 361 francs imposables pour le mois d'août 1946, volant à 6 reprises (4 long-courriers et 2 moyen courriers). Son salaire après cotisation sociale et déductions d'entreprise descend à 8775 francs réels.

[346] Compte-rendu d'une réunion entre hôtesses du 8 février 1947, archives du SNPNC.

[347] Lettre du SNOAM à ses syndiqués, le 20 août 1946, archives du SNPNC.

pourtant à haut niveau de risque relève d'une bataille syndicale, comme l'enseigne le cas de Marie-Louise Kerdavid, accidentée et brûlée lors de l'accident du Paris-Londres le 4 septembre 1946 qui a causé des dizaines de morts[348]. Après une longue hospitalisation, elle réintègre les services d'accueil de l'entreprise le 15 mars 1948 et fait partie du jury de recrutement. Le docteur chargé de sa supervision s'inquiète de cette reprise d'activité, du fait de la gravité des lésions pulmonaires. Marie-Louise Kerdavid cherche à faire fonctionner l'assurance professionnelle pour couvrir cette « rechute », mais la direction refuse : elle juge que la rente annuelle de 50 000 francs versée en 1946-1947 correspondait légalement aux indemnités d'accident du travail, mais que les dégradations physiques de l'hôtesse, diagnostiquées plus tard, ne sont pas de sa responsabilité civile. Le syndicat tente d'établir le lien médical entre les complications de l'hôtesse et le terrible crash de 1946[349].

Cet accident aérien vient par ailleurs légitimer la présence des femmes à bord des appareils. Pour la première fois dans l'histoire de la Compagnie, elles meurent en service : en plus de Marie Louise Kerdavid, Paulette Vavasseur (première promotion) et Marguerite Deschamps (deuxième promotion) trouvent la mort dans le crash. Bertrand d'Astorg leur rend hommage dans une lettre publiée via *Terre et Ciel*. L'article, à destination de l'ensemble du personnel d'Air France, joue finalement le rôle intégrateur qui manquait aux hôtesses, dont la présence relève plutôt de la fantaisie commerciale que d'un nécessaire gage de sécurité :

> *« Fallait-il ces deux jeunes existences fauchées, cette troisième abimée sur un lit d'hôpital, pour qu'elles fussent tout à fait des nôtres ?* (…) *Car, ceci que l'on réclame des hommes, des pilotes, en paix comme en guerre, que « la ligne continue », elles en ont partagé, elles aussi, la rude loi »*[350].

Le formateur va jusqu'à remettre en cause les exigences qu'Air France place en elles, à savoir la beauté de l'allure et l'agrément de la conversation, qui les préparent si mal à affronter les dangers du vol commercial d'après-guerre ; il conclut pourtant que cet engagement risqué pris vis-à-vis de la compagnie consolide le récit mythique de l'aviation civile, dans lequel les hôtesses ont maintenant leurs aînées, leurs disparues, leur part de légende. Cette part de

[348] « La chute de l'avion Paris-Londres », *L'intransigeant,* 5 septembre 1946.

[349] Dossier « situation de l'hôtesse Kerdavid », archives du SNPNC.

[350] *Terre et ciel,* n°9, octobre 1946.

légende est constamment réévaluée par le narratif d'Air France. Par exemple, la revue d'entreprise *France Aviation* consacre en 1978 un témoignage de Madeleine Thiplouse, faisant partie de la première génération d'hôtesse et connue comme la « *première hôtesse sur DC4* ». Madeleine raconte notamment une terrible tempête au dessus du Kenya, dont les éclairs rendent inutilisables tous les instruments de vol. Elle se rappelle du commandant Chansel, qui « *n'avait que peu de confiance dans le sang-froid des « filles » et n'avait jamais été un chaud partisan des hôtesses de bord* ». Néanmoins, après avoir su gérer l'inquiétude des passager·ère·s, « *le commandant se tourne vers* [elle] *et* [l]*'embrassant sur les deux joues,* [lui] *dit : j'avais tort, vous avez gagné votre pari. Champagne pour tout le monde !* »[351]. La mémoire corporatiste (c'est-à-dire celle qui est mise en scène) insiste sur le mérite des premières femmes de l'air : c'est en démontrant leur qualité et leur valeur que les hôtesses ont pu s'intégrer à l'environnement masculin.

Les hôtesses évoluent de manière assez isolée. Elles profitent du rapport de force que les stewards ont instauré avec la direction depuis la fin des années 1930 pour consolider leur propre identité professionnelle, sans toutefois s'organiser en syndicat indépendant. Le bureau du SNOAM est largement composé d'hommes qui ont une fonction d'encadrement à Air France. Max Castello, le secrétaire général, est un steward qui participe également au recrutement des hôtesses[352]. La plupart des délégués élus sont des commissaires de bord et, en cela, sont essentiellement des hommes avec une relative ancienneté dans la compagnie[353]. Les hôtesses se regroupent toutefois en réunions indépendantes, pour débattre spécifiquement de leur condition de travail, établir des listes de revendications et réfléchir à un statut particulier. Si le SNOAM assure le dialogue avec la direction, les hôtesses, notamment via leur déléguée Marie Thérèse Adam, construisent leurs propres doléances qu'elles soumettent au syndicat : paiement d'une surprime horaire de 50% (deux fois supérieurs aux primes de vol) au-delà de 8h de vol consécutif, suppression du paragraphe permettant à la compagnie de les embaucher pour du service au sol si elles ne peuvent pas voler au moins 20 jours par mois, etc.[354].

[351] *France Aviation*, n°276, avril 1978.

[352] D'après le PV de sélection des hôtesses de février 1946 pour les épreuves psychotecnhiques. Archives SNPNC.

[353] Lettre de Max Castello faisant part aux différentes autorités de l'élection des délégués syndicaux, le 6 septembre 1946. Archives du SNPNC. Les cadres syndicaux vont rester très longtemps masculins.

[354] Lettre de M.T. Adam au SNOAM dans laquelle elle demande la revalorisation du traitement des hôtesses. Archives SNPNC

Les PCB peuvent totaliser plus de 100h de vol mensuel. Les stewards les plus anciens enregistrent le plus d'heures : Jean Linden, embauché en 1937, vole 126h en juin 1948, Jacques Cresp, rentré en 1939, totalise 151h en juillet 1948. Les hôtesses des premières générations offrent également un travail conséquent. Madeleine Mazoyer, entrée le 1er avril 1946, travaille jusqu'à 112h au mois de juillet 1946. Elle gagne alors un solde de 22 000 francs (2172 euros de 2024) et une prime de vol d'un peu plus de 10 000 francs (987 euros). Cela équivaut à un salaire horaire de 285 francs, soit 28 euros actuels[355]. Comme l'écrit Philippe Roland lors de la mise en récit de la première sélection d'hôtesses, elles sont payées « *deux fois plus qu'une bonne secrétaire* »[356] ; le bon niveau de vie des femmes navigantes n'est pas à établir. Le journal *Claudine* présente en mai 1948 un tableau des professions féminines qui, à défaut d'être parfaitement exact, donne un bon aperçu du pouvoir d'achat d'une hôtesse : elles sont mieux payées (grâce aux primes de vol) qu'une secrétaire de direction ou qu'une professeure agrégée, un peu moins qu'une docteure ou qu'une professeure de gymnastique « reconnue », mais bien plus que les fleuristes, les bibliothécaires, les infirmières ou encore les repasseuses[357]. Si le traitement salarial des hôtesses est certes valorisant, elles sont soumises à des clauses discriminantes relatives à leur statut de femme, concernant notamment le contrôle de leur sexualité et de leur vie familiale.

1.3.2.2. Un traitement salarial sexuellement différencié

La discrimination salariale la plus flagrante concerne le temps de carrière disponible. De 1946 à 1954, l'âge limite des hôtesses est de 35 ans. En revanche, les stewards peuvent exercer jusqu'à 44 ans et les PNT jusqu'à 50 ans[358]. De plus, seules les hôtesses sont soumises au célibat contractuel. Avoir des charges familiales, à savoir être mère ou mariée – l'un appelant nécessairement l'autre dans une conception conservatrice de la famille –, signifie rupture de contrat avec la compagnie. Madeleine Mazoyer, de la première promotion d'Air France (1er avril 1946), demande un congé sans solde après s'être mariée quelques mois après sa mise en service. Elle demande ensuite, pour des raisons personnelles, à se faire réintégrer de manière temporaire sur les lignes. L'encadrement accepte. Or, suite à un changement de la situation financière de son ménage, elle demande une réintégration définitive. D'après sa

[355] Liste de décompte des salaires des hôtesses. Archives SNPNC.

[356] Philippe Roland, *opus. cit.*

[357] « Votre métier, comme votre robe, doit vous aller », *Claudine*, 19 mai 1948.

[358] Bilan social de 1952, archives d'Air France.

lettre, elle bénéfice de l'accord verbal des responsables de l'exploitation du Bourget : Mr Couetoux du Tertre l'inscrit dans le planning à partir de novembre 1946. La Compagnie lui adresse finalement un refus d'embauche, justifié par sa crainte de générer de l'instabilité dans son personnel[359]. Il apparaît au regard des statistiques de l'entreprise que le PCB est par nature un personnel instable, délégitimant l'argument de la direction. En effet, sur l'année 1950, le PCB totalise près de 75% des cessations de service sur l'ensemble du personnel navigant, alors que les techniques (pilotes, mécaniciens, radios) sont pourtant 3 fois plus nombreux. Cet important turn-over s'explique par la grande quantité de démissions et de licenciements[360]. Faute de détail supplémentaire du bilan social, il n'est malheureusement pas possible de prouver factuellement que les hôtesses démissionnent plus, situation pourtant la plus probable et relayée par la presse d'époque. Dans un article de *Droit et Liberté* de décembre 1949, le journaliste écrit :

> « *Ce sont précisément les meilleures hôtesses qui quittent le plus vite la compagnie, emportées par un fléau qui coûte cher à Air France : LE MARIAGE. Mais qui donc pourrait empêcher cela ?* »[361].

On retrouve cette interrogation dans un article de la *Gazette Provençale* du 1er septembre 1950, qui indique que la compagnie nationale souffre de devoir remplacer aussi rapidement sa main d'œuvre féminine. La compagnie Britannique BOAC supprime même son service d'hôtesse à partir de l'été 1949, car ses employées se marieraient trop[362].

À considérer le refus de la direction de réintégrer Madeleine Mazoyer, alors qu'une modification des statuts est à ce moment tout à fait plausible, nous pensons qu'il s'agit pour la compagnie de préserver le célibat contractuel sous sa forme la plus rigide. Malgré ce que peut en dire la presse, Air France bénéficie vraisemblablement de ce turn-over sur deux plans. Le premier relève de la raison économique : une hôtesse mariée est beaucoup plus susceptible de tomber enceinte, la maternité entraîne des frais d'entreprise et contraint l'exercice de la

[359] Lettre de Madeleine Mayozer, épouse Frette-Damicourt, au secrétaire général du SNOAM, le 20 février 1947. Archives SNPNC.

[360] Bilan social d'Air France de l'année 1950, 1951, archives d'Air France. L'administration recense 36 démissions et 23 licenciements (respectivement 40% et 25% des cessations d'activités PCB). À titre de comparaison avec le PNT, Air France ne licencie que 3 salariés et n'enregistre que 9 licenciements. On totalise 765 PNT au 1er janvier 1950 contre 263 PNC.

[361] H. Necas, « Hôtesses de l'air », *Droit et Liberté,* 30 décembre 1949

[362] Marcel Blondy, « Voler n'et pas convoler », *Combats,* 8 juin 1949

fonction aérienne, tant sur le plan médical que sociétal (la mère ne pouvant plus répondre à l'exigence de disponibilité). Le deuxième relève de l'ordre de genre : la compagnie cherche à présenter à sa clientèle un corps féminin jeune et vierge – en considérant la logique conservatrice –, que les transformations physiques provoquées par l'accouchement viendraient transformer. C'est ce qu'explique en creux Gérard, un steward embauché en 1955 : « *la motivation première de la compagnie, c'est qu'elle voulait des filles jeunes et pas de grand-mère, c'est toujours pareil* »[363]. De plus, l'attrait grandissant pour cette profession de rêve permet à Air France de piocher dans un réservoir de jeunes femmes, dont la compagnie assure la « fraîcheur » par la double sélection médicale et esthétique.

Le célibat contractuel enferme finalement les hôtesses de l'air dans une carrière courte. Sur les 77 hôtesses employées au 1er janvier 1952, elles sont 60% à évoluer en 3ème classe, 20% en 2ème classe et 20% en 1ère classe. À titre comparatif, les 177 stewards (sans compter les stewards auxiliaires qui fonctionnent comme appoint numérique) se répartissent de la façon suivante : 36% en 1ère classe, 55% en 2ème classe et 10 % en 1ère classe. On compte 4 cheffes hôtesses contre 11 chefs stewards[364]. Ces quelques chiffres indiquent que les hôtesses sont en moyenne plus jeunes que leurs homologues masculins et surtout qu'elles ont globalement moins d'expérience professionnelle. Le fait que les hôtesses perdurent peu au sein de l'entreprise les empêche d'infuser dans le tissu organisationnel, faute d'être bien représentées au sein de la hiérarchie.

Une autre marque d'un rapport genré à l'environnement professionnel se trouve dans les normes sanitaires. Valider l'examen médical d'Air France est une condition nécessaire à l'embauche. Un médecin du service médical de l'entreprise examine les candidat·e·s. Il comprend, entre-autre, une prise de sang (observation du temps de coagulation et de saignement), une radioscopie pulmonaire, une analyse du conduit auditif et un test oculaire. L'acuité visuelle doit être maximale et les lunettes sont interdites pour les hôtesses jusqu'en 1967[365]. Pour exercer le métier de navigant·e, l'État oblige les interessé·e·s à un suivi de santé minutieux. Le conseil médical de l'aviation civile, institué en 1947, conseille le SGAC, dont l'aval est incontournable à l'obtention des brevets et des licences de vol. Chaque spécialité aéronautique répond à des critères spécifiques : les prérequis ophtalmologiques, par exemple,

[363] Entretien avec Gérard récolté par Louis-Marie Barnier en 1997

[364] Bilan social de 1951.

[365] France Aviation n°155, Octobre 1967. Les lunettes sont admises si elles corrigent la vue pour un minimum de 7/10.

diffèrent entre les mécaniciens navigants et les pilotes d'avion de 1ère classe. Les PCB ne sont pas concerné·e·s par ces prescriptions, car leur profession n'est pas encore soumise à l'obtention préalable d'une licence de vol. La forme que prennent leur examen et leur répétition (annuelle, semestrielle, etc.) est réactualisée par différents textes officiels. L'arrêté du 26 novembre 1953 déclare notamment que les antécédents médicaux personnels doivent être exigés[366]. Le médecin examinateur s'intéresse aux problèmes cardiaques, rénaux ou pulmonaires, mais, plus étrange, il semblerait que certaines maladies sexuelles doivent également être déclarées. Un document du SALS (Service de l'aviation légère et sportive) consacre même un paragraphe entier à la syphilis :

> *« Un candidat qui, lors de la délivrance d'une licence, présente des symptômes cliniques de syphilis en évolution doit être déclaré temporairement inapte durant une période de trois mois au moins »*[367].

La raison physiologique de cette interdiction n'est pas établie, mais elle concerne sans doute la perte de capacité auditive et visuelle d'une infection avancée[368]. Les pilotes, s'ils sont anciennement contaminés, doivent établir des preuves sérologiques de leur traitement chaque trimestre pendant trois ans, sous peine de perdre leur licence. Les candidates de sexe féminin ne sont pas particulièrement ciblées par cette mesure sanitaire. En revanche, ces dernières doivent se soumettre à un examen spécifique si elles présentent des troubles mensuels ou gynécologiques majeurs. La grossesse les rend inapte à l'exercice du pilotage, et seuls de nouveaux examens peuvent lever l'interdiction de vol. Le corps médical spécialisé demande un allégement de la réglementation au tournant des années 1960, en raison des bons résultats que donne la cure à la pénicilline[369].

Air France, de son côté, intègre également un examen externe des organes génitaux pour les hôtesses. Nous n'avons pas trouvé de documents officiels décrétant l'intérêt de cet

[366] Journal officiel du 26 novembre 1953, p. 10585.

[367] Dossier sur la formation et l'obtention du brevet de pilote rédigé par le SALS, 23 novembre 1953. Le SALS est dépendant du SGAC et chargé en 1946 de mettre à disposition des formateurs dans les aéroclubs. Fonds du Service à la Formation Aéronautique des Archives Nationales, côte 19820645/10, carton 28778.

[368] Selon un rapport de la CATIE, un organisme canadien de prévention contre le VIH et l'hépatite. Lien URL : https://www.catie.ca/fr/la-syphilis

[369] *Presse médicale*, « Société française de physiologie et de médecine aéronautiques et cosmonautiques », 3 février 1962, archives du SNPNC.

examen, pas plus qu'un texte détaillant ses conditions et son déroulé. Il est cependant probable qu'il n'implique pas l'utilisation d'un spéculum. Nous ne possédons que des traces qui, une fois recoupées, atteste de sa réalité entre 1946 et la fin des années 1950. Marie, qui a dû se soumettre à cette observation en 1956, explique que c'était pour « *voir si on était propre* », à savoir vierge ou, du moins, « *pas enceinte* »[370]. Le « test de virginité » n'a pourtant aucune valeur médicale et relève d'une vision conservatrice du XIX^{ème} siècle, selon laquelle l'absence d'hymen prouverait une pénétration sexuelle[371]. De la même manière, si Marie insiste particulièrement sur la question de la gestation, condition discriminante à l'embauche, il n'est pas possible de déterminer par examen gynécologique externe l'avancée d'une grossesse dans ses premiers stades. L'examen menstruel peut par ailleurs fournir des pistes, mais il n'est pas non plus déterminant dans la question de la fécondation, les troubles du cycle (retard, saignements) pouvant être liés à d'autres complications. En fait, il semblerait que cet examen « *d'une autre époque, très vite balayé* » (pour reprendre les mots de Marie) serve surtout à mesurer l'hygiène intime des hôtesses et débusquer les traces d'une infection syphilitique, compte tenu des contre-prescriptions spécifiques en vigueur dans le monde navigant – qui ne concernent cependant pas légalement les hôtesses, puisque ces dernières ne sont pas astreintes à une licence navigante pour exercer. Notre hypothèse, qu'il faudrait valider à la lumière de sources historiques que nous n'avons su trouver, est que l'observation gynécologique relève avant tout d'une médicalisation des critères de sélection : la contamination syphilitique serait le marqueur d'une basse moralité incompatible avec le modèle de féminité qu'Air France cherche à mettre en scène. Les critères médicaux, s'ils assurent en première instance une protection pour l'hôtesse, contribuent également à la présélection des corps. Margerite Leyris, une hôtesse entrée à Air France en 1957, est jugée trop frêle pour voler (48 kg pour 1m70). Elle est finalement titularisée grâce aux visites médicales biannuelles réglementaires, qui assurent un contrôle régulier des corps et de leur évolution sous le drapeau de la compagnie. Florence Müller écrit ainsi que « *c'était aussi l'occasion de rappeler aux hôtesses de garder la ligne* »[372]. Louis-Marie Barnier analyse par ailleurs une progressive médicalisation des prérequis physiques à mesure que ces derniers deviennent moins sévères au cours du deuxième XX^{ème} siècle : les critères sanitaires sont

[370] Données d'entretien. Les noms ont été changés.

[371] Pauline Mortas, *Une rose épineuse. La défloration au XIXe siècle en France*, Rennes, France, Presses universitaires de Rennes, 2017, 466 p.

[372] Florence Müller, *opus. cit.* p. 33

aujourd'hui avancés pour licencier abusivement des hôtesses, dont le port, la taille ou les capacités physiques déparent avec le reste de l'équipage[373].

1.3.3. Un métier de service aux fonctions genrées

1.3.3.1. La nécessaire standardisation des gestes professionnels

Une manière de comprendre quels sont les attendus d'une profession est d'en dessiner les limites fixées par l'employeur. Si l'encadrement d'Air France sanctionne – ou récompense – son personnel de bord selon les traditionnels critères de ponctualité et de discipline, il est particulièrement attentif au respect des normes de présentation et de conduite. D'ailleurs, les critères de promotion étant assez flous en janvier 1946, le SNOAM propose de les indexer sur la régularité du service et l'irréprochabilité de la tenue, mesurables par les réclamations des passager·ère·s et les rapports de commandant de bord[374]. Le regard de la clientèle peut s'avérer décisif : le commissaire de bord stagiaire Mr. Puig est ainsi licencié à la suite d'une lettre d'un passager l'accusant d'une « *conduite regrettable* » à bord d'un Paris-Saïgon. Le commandant de bord, figure d'autorité, atteste l'avoir vu dormir à plusieurs reprises au cours du vol. Ces deux contre-indications constituent un matériel suffisamment objectif pour justifier la procédure[375].

À l'origine du métier, les sanctions graves concernent surtout les stewards, a priori plus susceptibles de commettre des erreurs professionnelles en raison de leur supériorité numérique. Jacques Cresp, entré en mai 1939, reçoit par exemple un blâme pour ivresse et pour « *familiarité absolument incompatible avec ses fonctions* »[376]. Ce que Michel David nomme la « *dive bouteille* » semble une pratique courante : nombreux sont les stewards qui boivent l'alcool qu'ils servent à la clientèle[377]. Deux commissaires de bord à l'essai, Xavier Massé et Marcel Vincent, ne sont pas reconduits dans leur fonction, coupables de négligences

[373] Louis-Marie BARNIER, «Hôtesses de l'air : de la statue iconisée au statut revendiqué», *Nacelles* [En ligne], Des airs genrés ? Aéronautique et genre, Dossier thématique / Thematic Section, Dans la cabine : dynamiques d'un univers genré / In the Cabin: Dynamics of a Gendered Universe, mis à jour le : 26/09/2022, URL : https://revues.univ-tlse2.fr:443/pum/nacelles/index.php?id=1669.

[374] Lettre du SNOAM à un steward en service concernant les propositions d'avancement, 23 janvier 1946, archives du SNPNC.

[375] Lettre du service d'exploitation d'Orly à la direction Commerciale, le 15 décembre 1947. Archives SNPNC.

[376] Lettre de la direction administrative à Jacques Cresp le 29 août 1946, Archives du SNPNC.

[377] Michel David, *opus. cit.*

dans la remise du courrier postal sur la ligne d'Amérique du Sud[378]. La compagnie se réserve le droit de recycler au sol les licenciés, dont les demandes ne semblent pas aboutir souvent[379]. On ne trouve en revanche pas de punitions similaires concernant les premières générations d'hôtesse. Il faut attendre 1954 pour que l'entreprise examine le licenciement de Mlle. Douris, accusée d'avoir manqué plusieurs courriers, d'avoir porté une tenue incompatible avec son emploi et d'avoir manqué de discipline vis-à-vis de son supérieur[380]. En 1956, Mlle. Arnold est inquiétée par la douane américaine pour trafic de stupéfiants, après avoir convoyé une valise d'un passager de Paris à New York, ce dont elle se défend[381].

Le cas de Madeleine Mazoyer cité plus haut prouve que l'environnement institutionnel des hôtesses, à ses débuts, n'est pas tout à fait structuré : en témoigne « l'accord verbal » dont elle bénéficie pour reprendre du service au Bourget, ou encore le manque de clarté sur les clauses juridiques autour de son cas. Etablir un statut d'hôtesse et, plus généralement, de PCB, devient un enjeu fondamental pour le SNOAM. Dès l'été 1948, ce dernier revendique une assimilation au statut de navigant. Il propose d'être regroupé sous le nom de « Personnel Navigant Commercial », ce qui lui permettrait d'être rattaché à une caisse de retraite spécifique[382]. Le personnel de cabine faisant encore partie du personnel au sol, il ne bénéficie pas du même traitement salarial que le reste de l'équipage. Le silence de la direction entraîne un durcissement des positions, et le syndicat menace de lancer une grève le 6 août 1948[383]. La direction accepte alors le dialogue et réunit une commission mixte pour étudier la réforme du statut : 6 membres de la direction rencontrent 3 membres du SNOAM dont une hôtesse. La conflictualité se concentre notamment sur l'appellation « personnel navigant » : la compagnie s'y refuse en invoquant la législation en vigueur[384]. Le consensus trouvé à l'issu du conflit inspire la décision générale n°272, effective à partir du 1er octobre 1948. Ce texte fixe les dispositions générales du statut PCB, qu'on retrouve avec force détails dans le manuel du PCB. Distribué à l'embauche, il dresse un panorama très complet de la profession et, en tant

[378] Lettre de la direction administrative au SNOAM, 23 juin 1948, Archives du SNPNC.

[379] Lettre de la direction administrative au SNOAM sur la demande de réintégration du steward Grielen, ND (1948). Archives du SNPNC.

[380] Lettre de G. Larcade, secrétaire administratif du SNPNC, Archive du SNPNC.

[381] Lettre du SNPNC à la direction d'exploitation d'Air France, le 28 février 1956. Archives SNPNC.

[382] Compte rendu de l'assemblée générale du SNOAM, 15 septembre 1948. Archives du SNPNC.

[383] Lettre de Max Castello à la direction générale, le 31 juillet 1948. Archives du SNPNC.

[384] Compte rendu de la réunion entre les représentants de la direction et ceux du personnel de bord, 22 septembre 1948, archives du SNPNC

que premier document officiel de ce type, il souligne l'importance grandissante du service à bord et sa progressive standardisation.

D'après ce manuel, le personnel de bord est tenu de maintenir la propreté de la cabine, de relever les sièges, de vider les cendriers, de vérifier les désodoriseurs, d'évacuer rapidement les effluves en cas de mal de l'air, de désinsectiser les espaces passagers, etc. Il se charge du maintien de l'ordre en cabine, en interdisant par exemple l'accès à bord de l'appareil aux passager·ère·s ivres[385]. Les attributions de l'hôtesse varient en fonction de la composition de l'équipage : elles sont amenées à remplacer le commissaire de bord ou le steward en cas d'absence. Le personnel de cabine doit aussi assurer un service d'infirmerie. Le manuel propose une typologie des malaises communs à bord et de leur traitement (comme le mal de l'air ou l'« *expansion gazeuse* »). Il détaille les symptômes de plusieurs maladies contagieuses référencées par la médecine coloniale, telles que la variole, le choléra ou le paludisme, en indiquant de manière assez complète leurs effets, leur historique et les dispositions médicales à prendre. Des pages sont également consacrées à la puériculture et au soin des nouveau-nés, en proposant jusqu'à la composition chimique du lait de la femme, à « *l'énergétique alimentaire* », ou encore, beaucoup plus concrètement, une listes des indispositions fréquentes de passager·ère·s malades et comment y répondre rapidement (de l'eau de mélisse contre les vomissements, l'application d'un cataplasme électrique sur les femmes qui souffriraient de leurs règles, etc.). La fonction médicale des PCB est un volet non négligeable que le document referme sur le contenu la trousse à pharmacie à leur disposition et la posologie des médicaments. Un autre chapitre est consacré aux formalités administratives, parmi lesquelles les PCB doivent pouvoir naviguer. On y trouve plusieurs photographies de la documentation douanière et de celle relative à l'aviation civile (déclaration de santé de l'aéronef, plan de cabine, plan de soutes, diagramme des places réservées, bordereau de livraison, etc.). Evoluer dans ce langage indigène fait partie des compétences techniques des PCB.

La répartition des rôles dépend, en toute évidence, du type d'appareil. Au 1er janvier 1949, Air France possède trente-trois Languedoc 161, trente-et-un Douglas DC 3, douze Douglas DC 4 et treize Lockheed Constellation[386]. À bord des DC 4, le commissaire de bord s'occupe, entre autres, des documents d'escale, des fiches de position, du lien avec le

[385] Manuel du PCB, *opus. cit.*

[386] Rapport d'activité de 1948, archives du musée d'Air France.

commandant de bord, d'ouvrir les portes après l'atterrissage. L'hôtesse doit distribuer les revues, aider le steward à la préparation des repas et du service, veiller au confort de la clientèle, distribuer les manteaux, ramasser le linge sale pour l'escale, vérifier les ceintures. Lors de l'escale, elle s'assure de la liaison avec le service d'accueil et accompagne les passager·ère·s transitaires au restaurant. Le steward se charge de la circulation des fiches de tarifs de bar, assure le service du repas, débarrasse les couverts, entretient son bar, dresse l'inventaire du commissariat, s'occupe de la vaisselle et de la commande des vivres lors de l'escale. Sur Languedoc 161, l'hôtesse est amenée à travailler seule ou accompagnée d'un steward et l'ordre des tâches à exécuter en est modifié.

Dans une perspective globale, l'hôtesse d'Air France doit surtout entretenir une ambiance sereine dans la cabine. Pour cela elle converse, rassure, propose des revues, des jeux, des magazines, des rafraîchissements. Il appartient à l'hôtesse de faire accepter aux passager·ère·s les plus turbulent·e·s l'autorité de l'équipage, de leur confisquer les appareils interdits et de faire le lien avec la police lors de l'escale. Elle est également munie d'un matériel de couture qu'elle met à disposition des passagères, ou suggère même de repriser les boutons défaits des passager·ère·s. Elle s'occupe plus spécifiquement des bébés et de leurs souillures. Le travail « d'hôtesse » se définit par le prolongement du rôle féminin propre à la sphère domestique dans la sphère professionnelle, ce qui annonce très clairement une différenciation sexuée des rôles à bord.

1.3.3.2. Entre cabine et galley, l'expression du genre au travail

Dans le statut PCB d'octobre 1948, l'hôtesse se charge de « *veiller plus particulièrement au confort des passagers* » et de seconder les stewards dans le service hôtelier. Ces derniers, quant à eux, « *ont la responsabilité du service de restaurant et de toutes les consommations* » ainsi que de l'entretien et de la propreté de la cabine et de ses annexes. Cette séparation des rôles séparent dans le même temps les espaces : l'hôtesse évolue davantage dans la cabine en maintenant le contact avec les passager·ère·s, tandis que le steward prépare les commandes et les services dans le galley. Air France envisage même une continuité entre le travail d'hôtesse d'accueil et celui d'hôtesse de l'air. Un article de *Terre et*

Ciel dit des hôtesses de réception qu'elles rêvent « *la nuit d'une carrière céleste à laquelle la préparent sans conteste ses fonctions diurnes* »[387]. Parmi les premières hôtesses de l'air sélectionnées, Louise Mairesse travaillait déjà pour Air France, probablement en qualité de personnel d'accueil[388].

La revue d'entreprise annonce que les stewards, « *qui appartiennent tous à la corporation hôtelière, ont à remplir une tâche qui est simple en apparence mais qui, en réalité, suppose « un long métier* »[389], insistant sur leur expérience professionnelle en matière de cuisine et de maintien en ordre du commissariat (entretien, ordre, fiche du matériel, des denrées consommées, etc.). À l'inverse, la description faite des hôtesses rend notable l'absence de qualités techniques spécifiques :

> « *On a cru tout dire en assurant que l'hôtesse était à bord une compagne pour les passagers. A vrai dire, elle doit encore travailler pendant qu'ils se reposent, pour défendre leurs intérêts, les garder des tracas administratifs, bref, s'assurer de leur protection* »[390].

Ce passage témoigne simultanément de la diversité des tâches à exécuter et de leur grande généralité, évacuant par là-même l'idée d'un savoir-faire précis, composant avec un ensemble de compétences et de gestes spécialisés. En cela, le manuel rend compte d'un fait notable : la technicité des hôtesses réside dans leur capacité relationnelle avec la clientèle. Cet énoncé ne se cloisonne pas aux portes de l'entreprise, car certaines propositions sont relayées par voie de presse : en faisant la promotion du prestige de la ligne Paris - New York, le journal *V* annonce que le steward offre des cafés tandis que l'hôtesse se charge d'accueillir la clientèle à l'aide d'orchidées blanches[391].

Les protocoles de service de 1948 proposent une codification sommaire des comportements à adopter, tant au niveau de la présentation de soi concernant le port de l'uniforme qu'au niveau des attitudes et des émotions. En les présentant sous forme de

[387] *Terre et ciel* n°15, août 1947.

[388] PV de sélection des premières hôtesses de l'air de février 1946, *opus. cit.*

[389] Revue

[390] *Ibid.*

[391] Simon Desbois, « Paris New-York dans un fauteuil », *V,* 3 juin 1951

dessins, le manuel trie les comportements à avoir de ceux à proscrire (ne pas être hautain, ou méfiant, ou encore ne pas « *être une vedette* »). Si l'interaction avec la·e passager·ère est ainsi relativement standardisée (ne pas s'asseoir sur l'accoudoir, regarder le client en lui parlant mais sans se pencher, toujours avoir en tête que la clientèle ne peut pas se retirer, etc.), le script émotionnel de l'hôtesse est encore très mal balisé ; à la fin des années 1940, le métier ressemble davantage à une succession d'improvisations. Alix d'Unienville en témoigne dans son autobiographie publiée en 1949 : le décapsuleur et son sourire sont ses deux seules armes sur les vols moyen-courriers[392]. Il lui faut improviser quand un des deux moteurs du Douglas DC3 s'arrête, s'adapter à la vieille dame inquiète sur la présence de ses bagages en soute, réagir au « *gros français moyen* » qui prétend que l'orage sur Nice n'est pas réel, etc. Dans un manuscrit non publié, Michel David, steward chez Air France, témoigne de l'incertitude dans laquelle il évolue au début de sa carrière : il n'y avait pas de bar lors de son premier vol sur DC 3, mais un tas de cagettes entassées à l'arrière de la cabine. L'hôtesse, *« perdue parmi les passagers, toute rose et menue, à côté d'un curé en soutane »*[393], effectuait également son premier vol en tant que responsable hiérarchique. La traversée fut désastreuse, entre vomissements et chutes de cagettes. Michel David donne raison à ce qu'écrivait Alix d'Unienville, les vols sans incidents étaient rares : le pilote automatique est souvent déréglé par le gel, les pneus éclatent à l'atterrissage, les moteurs prennent feu… Les appareils d'époque volaient trop bas pour éviter le brouillard et la foudre. Les protocoles de vol s'inventent au fur et à mesure. En 1946, les hôtesses sont encore responsables des « *sécurités* », des chevilles de bois qui immobilisent les gouvernes du Dewoitine 338 ou du DC 3 pendant les escales. Madeleine Thiplouse donne le feu vert au décollage alors que l'avion n'est pas totalement libéré et le pilote doit inventer une stratégie collective (faire courir les passager·ère·s d'un bout à l'autre de la cabine) pour pouvoir décoller[394]. Même malgré une standardisation progressive, le métier doit toujours compter avec une marge d'improvisation. Solange Catry raconte comment un steward invente un porto avec du melon et du vin pour satisfaire les envies de Charles de Gaulle, alors que le commissariat avait fait une erreur[395].

[392] Alix d'Unienville, *En vol, le journal d'une hôtesse de l'air*, Albin Michel, 1949 p. 424.

[393] Michel David, *Racontez-nous steward.* Forme manuscrite non datée aux archives du musée Air France.

[394] *France Aviation*, n°276, *opus. cit*

[395] Solange Catry, *opus. cit.*

Souvent, l'équipage et la clientèle partagent le même hôtel et sont amenés à garder un contact amical. C'est le cas *du vieux monsieur* qui offre des verres d'anisette à l'hôtesse, en regrettant le temps où il plaisait aux *jeunes femmes de son temps*. Elle doit de maintenir avec eux un « *sourire commercial* »[396]. Dans des cabines sans air conditionné, chauffées par le soleil d'un tarmac estival, les passager·ère·s et les navigant·e·s suent énormément en attendant le décollage. Les remarques désobligeantes amènent Alex d'Unienville à sentir qu'elle « *a le droit de trouver que tout ne va pas toujours bien, et quand tout va mal, elle a le droit d'être laide* »[397]. Or, c'est tout l'inverse : elle n'a justement pas le droit d'être laide. S'éponger à pleine main se fera en dépit du maquillage, c'est un risque à prendre vis-à-vis d'Air France, qui impose notamment dans les protocoles de service de 1954 que l'hôtesse doit, après le coucher et avant le réveil des passager·ère·s, préserver sa « *fraicheur* » à l'aide d'une « *toilette sommaire, d'un maquillage complet, d'un raccord de vernis* »[398]. Par temps hivernal, la situation est inverse : Alix d'Unienville se demande si les passager·ère·s seraient réellement scandalisé·e·s si elle enlevait ses chaussures et enroulait ses pieds frigorifiés dans une couverture.

Les conditions de travail sont très peu évoquées par la presse, qui préfère fabriquer le mythe de l'épouse idéale officiant à bord des avions. Un article au titre élogieux, « *Maîtresse de maison, mère de famille* », se préoccupe toutefois de la résistance thermique des nouveaux uniformes des hôtesses, « *qui ne saurait résister au soleil des Pyramides ou aux vents glacials de Reykjavik* »[399]. Afin de célébrer le développement de l'entreprise marqué par le transfert des activités depuis l'aéroport du Bourget à Orly en 1951, Georgette de Trèze réinvente l'habit des hôtesses. D'après Florence Müller, les nouvelles lignes féminisent leur apparence en insistant sur une silhouette galvaudée en « taille de guêpe » qui vient cintrer le corps. Les éléments de l'uniforme militaire à l'aspect vieillot ont disparu, comme les soufflets et les paddings. Air France embrasse enfin le renouveau de la mode d'après-guerre : « *ce tailleur conférait aux hôtesses la ligne emblématique de la féminité triomphante des années cinquante, à taille fine et poitrine pigeonnante* »[400]. Les uniformes sont chers, car de fabrique artisanale depuis 1946. Un service administratif est chargé d'adresser des ordres de confection

[396] Alix Unienville, *opus. cit.* p. 10

[397] *Ibid.* p. 13

[398] Manuel du PNC, 1er janvier 1954, Musée Air France.

[399] Renée Sarfaty et Nicole Duflot, « Maîtresse de maison, mère de famille, sont les principales fonctions d'une hôtesse de l'air », *A la page,* 2 août 1951

[400] Florence Müller, *opus. cit.* p.34

aux maisons de couture en partenariat avec Air France. Le PCB n'est propriétaire de son habillement qu'au bout de deux ans d'exercice et ses dépenses (renouvellement du stock de chemises, calot, cravate, etc.) sont à sa charge, sous forme de déduction salariale. La compagnie ne finance qu'à moitié l'achat de l'uniforme et contribue financièrement au remboursement à travers une indemnité d'habillement mensuelle (qui s'élève à 750 francs mensuels à partir du 1er janvier 1948, soit 32 euros[401]). Les accessoires, comme les sacs ou les chaussures, dépendent également des ressources personnelles du personnel. Il bénéficie toutefois de prix dans des boutiques prestigieuses, comme le bottier Clarence des Champs-Elysées[402]. Cette politique d'indemnisation incite les hôtesses à explorer ce qui construit alors la féminité parisienne, soit cette « *figure de luxe, donnée comme modèles aux élites* » ; c'est une féminité qui s'entretient notamment par un modèle de consommation et de sophistication du corps[403].

L'éloignement notable avec la culture militaire – trop austère pour le projet commercial de la compagnie qui préfère renforcer ses liens avec le champ culturel de la mode – renforce cette image d'une femme joyeuse et légère, dont la présence à bord atteste des fabuleuses promesses de l'aviation civile. Parmi ces dernières, la presse martèle l'idée romantique du mariage de l'hôtesse avec les prodiges masculins de l'époque. Le charme des hôtesses ne se mesure en réalité que par leur capacité à séduire ou à être séduite, et c'est avant tout en tant que support de la romance hétérosexuelle que l'hôtesse est médiatisée.

1.3.4. L'hôtesse et l'équipage: égéries genrées et figures hétérosexuelles

L'hôtesse de l'air n'apparaît jamais seule, elle est systématiquement accompagnée d'un homme, que ce soit au bras d'un pilote plus âgé ou d'un illustre passager. Prise dans cette interaction, l'hôtesse propose une forme relationnelle de genre ; elle rentre parfaitement dans *« l'élaboration d'un idéal de féminité agencé à une certaine architecture des rapports de sexe* », qu'Emmanuelle Retaillaud prête à la parisienne[404]. Par conséquent, pour comprendre comment s'actualise l'hégémonie des guides sociaux de genre, il faut situer l'hôtesse de l'air dans un ensemble culturel d'une part (à savoir ce que l'industrie culturelle produit à son

[401] Avenant à la lettre d'engagement de Simone Goumy, 30 janvier 1948, archives du SNPNC.

[402] Florence Müller, *opus. cit.*

[403] Emmanuelle Retaillaud, *opus. cit.*

[404] Emmanuelle Retaillaud, *opus. cit.*

sujet), social de l'autre (soit identifier les relations hiérarchiques qui définissent son existence professionnelle).

1.3.4.1. Hôtesses et pilotes, la spectacularisation d'un rapport hiérarchique

Le film *Aux yeux du souvenir*, diffusé en 1948 et acclamé par la critique[405]. Michèle Morgan, déjà célèbre pour son duo avec Jean Gabin dans *Le quai des Brumes* de 1938, joue le rôle d'une étudiante en art qui se fait hôtesse de l'air pour suivre Jacques, un pilote incarné par Jean Marais. Jean Delannoy, le réalisateur, a choisi pour ce film un couple iconique du cinéma français, qui, au moment du baiser donne envie « *à chaque spectateur d'embrasser sa voisine* »[406]. Le magazine *Elle* insiste particulièrement sur cette parfaite union entre le pilote et l'hôtesse, synthèse de l'amour moderne, capable de survivre aux dangers d'une technique émancipatrice mais parfois mortifère. Jean Marais est un pilote au sang-froid, calmant son équipage lorsque l'hélice prend feu en donnant des ordres clairs. Michèle Morgan joue l'hôtesse avenante, mais surpassée par ce genre d'évènements, demandant si le feu qui dévore le moteur « *est sérieux* »[407]. Cette distribution des rôles de genre est classique pour l'époque : le pilote à l'air grave est rôdé aux gestes techniques de la guerre, tandis que l'hôtesse, une nouvelle adulte dont la jeunesse a été suspendue par cinq longues années de conflit, découvre, ingénue, la violence du ciel. Miroir déformant d'une réalité aéronautique, le film s'inspire de Charles Lechevalier, qui a réellement su poser son Constellation F-BAZC le 18 février 1947, en opérant sur la ligne Paris – New-York. Les deux moteurs ont pris feu à 1000 km de la côte, obligeant l'équipage à se poser à Casablanca. Cet exploit est relayé par voie de presse, notamment dans *Le Monde*, où l'auteur s'assure que l'héroïsme du pilote passe à postérité[408]. En publiant une autobiographie en 1951, Le Chevalier revient sur cet épisode qui le fit entrer parmi les « grands d'Air France », en insistant sur la façon dont il a su maintenir son sang-froid, jusqu'à frapper du poing le jeune pompier voulant éteindre l'incendie des moyeux de roue une fois l'avion au sol, ce qui aurait pu enflammer les réservoirs d'essence. Lorsqu'il se réfère à Monique Poulet, membre de son équipage, il indique la chose suivante : « *l'hôtesse, le visage défiguré par l'angoisse, essaie de sourire dans un espèce de rictus, comme on lui a appris aux cours pour hôtesses. Chacun est à sa place* »[409]. A posteriori, le témoignage du

[405] Henry Magnan, *Le Monde*, 1er décembre 1948.

[406] *Elle,* n°157. 30 novembre 1948.

[407] Jean Delannoy, JD [réalisateur]. 1948. *Aux yeux du souvenir* [film]. Les Films Gibé.

[408] Jean Planchais, *Le Monde,* 12 mai 1949.

[409] Charles Lechevalier, *95 fois le tour du monde*, Seuil, 1951,

commandant de bord valide le script de genre défendu par le film : une hôtesse brave et courageuse, mais dont l'inutilité est flagrante.

Jean Montaux, romancier contribuant au magazine *Elle,* publie une nouvelle intitulée *Le bonheur est sur la terre*, dans laquelle il dresse, lui aussi, un tableau des rapports de genre entre un pilote et sa subordonnée, mais, pour une fois, en renversant les pôles d'attraction[410]. C'est Bernard, le pilote, qui s'éprend de Sylvie, une jeune hôtesse. À bord d'un Paris-Alger, elle assure sa fonction avec dévouement, « *s'occupant de chaque passager* ». Bernard, quant à lui, est un vieux briscard des airs qui n'aime pas les temps clairs à la visibilité parfaite, préférant « *se battre contre le ciel* ». Lors d'une descente périlleuse, il déclare à l'hôtesse son amour pour elle et lui avoue avoir voulu saborder la relation qu'elle avait avec un autre homme. Cette nouvelle est intéressante car elle donne de la réciprocité à la fascination que les pilotes exerceraient sur les hôtesses. Les pilotes, avatars culturels de la masculinité hégémonique, sont eux-mêmes attirés « *à en perdre les réflexes de pilotage* » par les membres les plus jeunes de l'équipage.

Publié en 1948 le livre de Charles Coulier intitulé « *Lucette, hôtesse de l'air* » s'intéresse davantage aux expériences amoureuses de la protagoniste qu'à son environnement technique. Le dessin de couverture synthétise à lui seul cette idée : Lucette évolue dans un appareil au-dessus de New-York (on aperçoit la statue de la Liberté par le hublot), plateau à la main, dévorée du regard par un passager à l'air important. Cette fiction insiste dès le départ sur la relation hiérarchique entre le commandant de bord et l'hôtesse de 22 ans, qui fait preuve d'une douce insubordination, sans vraiment le vouloir, faute d'expérience professionnelle. À peine entrée dans la profession, Lucette devient rapidement consciente de « *son humble infériorité en face du routier de l'air chevronné qu'était le commandant Delphin* »[411].

Solange Catry souligne elle aussi le respect sacro-saint qu'inspiraient les techniques aux hôtesses de l'air. Lors de son premier vol pour Lagos, le commandant était expérimenté *« à en juger par le nombre de galons qu'il portait sur sa veste »*[412]. Il s'avère être Henri Delaunay, reconnaissable à ses mains brûlées, un pilote de l'Aéropostale qui a survécu au crash d'un Latécoère 26 au printemps 1928 sur les côtes brésiliennes. La presse d'époque

[410] *Elle,* n°140, 27 juillet 1948.

[411] Charles Coulier, *Lucette, hôtesse de l'air*, 1948, 80 p.

[412] Solange Catry, *opus. cit.*

l'érigeait déjà au rang de héros national (« *Delaunay est, en toute justice, un héros* ») et rendait justice à la Compagnie Générale Aéropostale qui n'admet parmi ses aviateurs « *aucun froussard* »[413]. Devenu commandant de bord chez Air France, il joue, parmi d'autres, un rôle central dans l'intégration des équipages au récit de l'aviation française. De manière générale, ce sont ces *vieux* « *qui avaient volé avec les Mermoz, les Guillaumet, les Saint-Exupéry* »[414] qui soudent socialement les équipages autour de mythes (notamment des exploits guerriers, la grande majorité des pilotes d'Air France ayant participé à la seconde guerre mondiale), de lieux iconiques (la mère Tommy à l'aérogare de Londres, où les équipages français découvraient les joies du *doughnut* et du café en période de rationnement), ou de pratiques navigantes. Delaunay invite ainsi Solange dans le cockpit pour voir le fameux « coucher de soleil africain », qui occupe une place de choix dans l'imaginaire navigant.

Parmi les rituels qui marquent l'intégration au collectif navigant, il faut s'attarder, malgré le silence des sources disponibles, sur le baptême de la ligne. Dans les usages de la marine, le premier passage de l'équateur s'accompagnait de saturnales : figures carnavalesques de Neptune, renversement des codes hiérarchiques, symbolisme de la noyade en buvant la tasse, etc. En quittant son hémisphère, le marin européen inexpérimenté transite socialement vers la qualité de marin confirmé. Déjà la pratique s'affaiblit au cours du XIX^{ème} siècle, et à la fin du XX^{ème} siècle, Maurice Duval n'identifie que quelques reliquats, sous une forme détournée dans les croisières, ou institutionnalisée dans le cas des élèves de la marine militaire[415]. Compte tenu de la porosité entre l'aviation civile et la navigation marine, il n'est pas étonnant que les équipages reproduisent une forme de baptême. Alix d'Unienville ne le mentionne qu'à une seule reprise dans son roman, lorsqu'elle annonce qu'à plusieurs reprises des passager·ère·s avaient voulu fêter leur baptême avec une coupe de champagne[416]. Pour le personnel de cabine, le passage de la ligne ressemble en fait à un bizutage : Solange Catry se souvient de « *réjouissances d'un goût parfois douteux* » lorsqu'elle s'envole pour l'Ile Maurice, à l'occasion de l'ouverture de la ligne le 12 août 1946[417]. Les quatre membres du personnel technique l'invitent à coller ses yeux au dérivomètre pour apercevoir l'Équateur, qu'ils prétendent visible à cette altitude. En badigeonnant l'appareil de noir, ils l'obligent à se

[413] *Le Soir*, 12 mai 1928.

[414] Solange Catry, *opus. cit.* p. 54

[415] DUVAL Maurice, « Les Objets Du Rite : Le Baptême De La Ligne », *Material Culture Review*, n°48, 1998. https://journals.lib.unb.ca/index.php/MCR/article/view/17807

[416] Alix D'Unienville, *opus. cit.* p. 374

[417] Solange Catry, *opus. cit.* p. 65

montrer « baptisée » devant les passager·ère·s à son retour en cabine. A priori anodin, nous avons perçu dans ce récit plusieurs éléments venant sexualiser l'hôtesse : on lui demande notamment de se pencher à plusieurs reprises sans raison apparente. Nous n'avons malheureusement pas trouvé de récits faisant part d'un baptême de l'air d'un steward à la même époque, il nous est donc impossible de confirmer une différence genrée dans le traitement. En revanche, le témoignage de Marie, une hôtesse embauchée en 1956, nous confirme que les hôtesses étaient, dans les années 1950, systématiquement arrosées d'eau, sinon de lait, par les membres de l'équipage technique.

Avant son premier vol sur un Paris-Rio en été 1957, une collègue lui recommande de mettre un maillot de bain sous son uniforme, indiquant par-là la massification de la pratique. Le commandant de bord appelle l'hôtesse à venir dans le cockpit et Marie se souvient avoir entendu ses collègues stewards lui dire « *ça va être ta fête* » - autre indice témoignant de la récurrence de l'évènement. Après avoir été aspergée d'eau et de lait, elle se déshabille sous le regard des hommes de l'équipage et traverse la cabine en maillot de bain. Elle raconte même avoir oublié les passager·ère·s. En arrivant dans la queue de l'avion où se situe l'espace PNC, elle entend le commandant de bord annoncer : « *ce n'est pas le nouvel uniforme d'Air France, dommage que l'hôtesse soit partie si vite. Mais pour compenser, elle va embrasser tous les passagers* »[418]. Marie ne se souvient plus vraiment comment elle est arrivée à ne pas embrasser tous les passager·ère·s, ni si les baisers étaient dirigés vers la seule gente masculine. Ces baptêmes pouvaient mal finir. D'après Marie, un commandant de bord a été déclassé (fait rarissime chez Air France) suite à un vol sur une ligne africaine : elle n'a pas voulu dire pourquoi dans le souci de préserver l'image d'Air France. Il est toutefois vraisemblable d'envisager l'hypothèse du harcèlement sexuel voire du viol en cockpit, notamment lorsqu'on considère l'ambiance du long-courrier sur lequel évolue pour la première fois une hôtesse. Le baptême se poursuivait également au sol, sur les temps d'escale ou de rotation. Avant le repas avec le personnel Air France de Rio, Marie raconte qu'on lui avait passé une main aux fesses remplie de farine, de façon à ce que la marque apparaisse de manière permanente : elle précise « *ne pas avoir senti cette blague* ». Comment ne pas sentir une main aux fesses qui laisserait l'empreinte intacte ? Cela semble indiquer la fréquence des attouchements dans l'espace de travail, corroborant le récit de Solange Catry, qui raconte comment un mécanicien lui caresse les jambes après lui avoir demandé de monter sur son

[418] Entretien avec Marie.

siège pour observer le Kilimandjaro, sur le même vol du « passage de ligne »[419]. Ces quelques éléments rapportés permettent d'imaginer ce baptême non pas comme celui d'une initiation navigante, mais plutôt comme une intégration de l'hôtesse au collectif navigant sous le signe des rapports de genre.

L'hôtesse prend véritablement la forme d'une sirène dans un océan masculin. Les DC 4 traversant l'Atlantique bénéficient de renseignements météo grâce aux frégates qui sillonnent l'océan. Les radios prennent contact avec les marins pour obtenir des informations de navigation et, à titre d'échange, l'hôtesse embarquée salue l'équipage au sol, prenant le nom de *mermaid* comme le raconte Solange Catry :

> « *Hi boys ! The Mermaid's speaking*
> *Fine ! How is the Mermaid today ?*
> *A quoi je répondais « Aujourd'hui la sirène est grande, blonde et elle a les yeux bleus »*
> *Cette voix anonyme de femme dans leurs écouteurs devait symboliser pour eux toutes les femmes : épouses, mères, sœurs, fiancées* »[420].

Avant le transport à réaction, les hôtesses doivent partager les espaces réduits d'un avion avec des hommes. Nous l'avons déjà signalé, les équipages long-courriers sont composés d'une seule hôtesse pour plusieurs navigants. Le DC 4 ne prévoyait aucun espace de couchage pour le PCB. À bord du Constellation, il n'y avait que deux couchettes, dont une était réservée officieusement au commandant de bord. Le Lockheed Super Constellation embarque à partir de 1957 un équipage composé de 7 PNT pour 3 PNC, dont une hôtesse, un steward et un chef de cabine : de nouveau, l'hôtesse est la seule femme[421]. Considérant que seules les techniques bénéficiaient d'une cabine sur cet appareil, il n'était pas rare que l'hôtesse soit invitée à partager le lit. Marie raconte ainsi :

> « *À bord des avions, les techniques avaient trois couchettes. Comme ils étaient plusieurs pour le même poste, il y en avait toujours un qui*

[419] Solange Catry, *opus. cit.* p 74

[420] *ibid.*

[421] Nous détaillerons dans le deuxième chapitre l'apparition du grade de chef de cabine et pourquoi il est essentiellement genré au masculin.

dormait. Et alors, il y avait des mécaniciens très gentils qui laissaient leur couchette à l'hôtesse. Moi je n'y suis jamais allée »[422].

En employant à plusieurs reprises le terme de *vieux briscard* ou de *flibustier* pour qualifier le reste de l'équipage, elle reconnaît une certaine défiance vis-à-vis des hommes, ne dormant pour ainsi dire jamais à bord. L'idylle amoureuse entre le pilote et l'hôtesse recouvre donc la réalité complexe d'un rapport hiérarchique teintée de fascination et de prédation.

1.3.4.2. La superposition des rapports de genre aux rapports professionnels

Les différentes lois venant organiser les fonctions du personnel navigant confirment que le commandant de bord « *a autorité sur toutes les personnes embarquées* »[423]. Cet état juridique coïncide avec les rapports sociaux structurant l'équipage. Dans le langage indigène du personnel navigant d'époque, on dit du pilote que « *c'est le seul maître à bord après Dieu* ». Dans les années d'après-guerre, ceux embauchés par Air France ont même hérité du surnom « *Seigneurs de l'Atlantique* ». La ligne symbolique du Paris – New-York, ouverte en 1946, est renommée en interne « la ligne des Seigneurs ». On retrouve également la place déterminante des pilotes dans la trajectoire syndicale des PCB. Comme l'a fait remarquer Louis-Marie Barnier, ils se sont très tôt imposés dans le dialogue social avec la compagnie, en concentrant les caractéristiques valorisantes d'un groupe professionnel constitué (selon la typologie de Jean-Michel Chapoulie[424]). Ils représentent un centre à la fois attractif et répulsif pour le personnel de cabine, qui s'en sert comme modèle de construction professionnelle, tout en voulant s'en écarter pour exister de manière indépendante aux yeux de la direction. Ainsi, les « barmen du Bourget » coalisés en 1938 revendiquent déjà leur appartenance au monde navigant, « *au même titre que l'équipage* », parce qu'ils partagent *« les mêmes inconvénients : épuisement physique, risques, etc…* »[425].

Dans son échange avec l'encadrement en automne 1946, l'hôtesse M.T. Adam insiste, elle aussi, sur le manque de fondement du traitement différencié entre les hôtesses et le personnel technique : les cadres légaux astreignant les heures supplémentaires devraient être

[422] Entretien avec Marie, hôtesse embauchée en 1956, réalisé chez elle à Paris, le 10/10/2020, durée 2h00 heures.

[423] Journal officiel du 5 avril 1953 qui réactualise les statuts de 1936.

[424] Jean-Michel Chapoulie, « Sur l'analyse sociologique des groupes professionnels », *revue française de sociologie,* 1973, pp. 86-114

[425] lettre officielle des Barmen du Bourget à la Direction d'Air France en 1938, archives SNPNC.

identiques, les indemnités de déplacement similaires et, encore plus marquant dans le contexte endeuillé de la lettre, la couverture d'assurance devrait couvrir le même montant pour les hôtesses que pour les commandants de bord, car ils encourent les mêmes dangers[426]. Ces revendications fixent un horizon à atteindre, comme en témoigne le compte rendu de la réunion des hôtesses de février 1947[427]. Progressivement le SNOAM concentre ces différentes doléances dans la lutte pour l'obtention d'un statut navigant, tout en se gardant bien d'affirmer une similitude avec le personnel technique. Si les stewards insistent encore sur la nécessité d'homogénéiser les traitements relatifs à la condition navigante du métier (frais de déplacement, assurance, etc.), ils ne revendiquent pas l'égalité de traitement salarial. Dans une lettre de janvier 1947, les stewards demandent par exemple une prime horaire qui se limiterait seulement à 66% de celle d'un mécanicien navigant[428]. Le SNOAM fait pression sur la direction commerciale pour l'assimilation du PCB au statut de navigant, mais il s'abstient néanmoins de remettre en cause la hiérarchie à bord des appareils. Il insiste même pour maintenir l'intégralité de l'autorité du commandant de bord[429].

Le PCB ne peut en réalité pas gagner une bataille syndicale sans l'appui stratégique du PNT, avec lequel il semble entretenir des rapports confus. Lorsque le syndicat menace d'appeler à la grève en août 1948, les commandants de bord se réunissent en assemblée générale pour évoquer les modalités de vol en cas d'arrêt de travail. Loin de soutenir ouvertement les revendications, ils indiquent toutefois refuser le départ si certaines conditions ne sont pas retenues : la modification des horaires de distribution des repas, et la présence d'un ou plusieurs personnel qualifié pour le maintien de la discipline à bord[430]. Dans une réunion mixte du 19 août 1948, les représentants du PNT soutiennent le projet de statut de « personnel commercial navigant » en proposant quelques observations : un traitement salarial fonctionnant selon la base d'un pourcentage du traitement PNT et, surtout, la création d'un

[426] Lettre de M.T. Adam, *open. cit.*

[427] CR réunion hôtesse du 8 février 1947, *open. cit.*

[428] Lettre de revendication des délégués Stewards de la SNOAM de janvier 1947, archives SNPNC.

[429] Réunion du PCB du 12 juin 1947, archives SNPNC. L'assimilation du PCB au statut de navigant ne dépend pas légalement d'Air France comme la direction aime le rappeler. Cependant la compagnie joue un rôle moteur, choisissant d'appuyer la demande devant les instances étatiques ou, ce qui est le cas à ce moment-là, choisissant de la freiner.

[430] Lettre de Max Castello au syndicat, faisant part des décisions de l'AG des commandants de bord du 11 août 1948, archives SNPNC.

certificat « Sécurité et Sauvetage », nécessaire à la titularisation et fonctionnant comme une licence de vol[431].

Il semblerait que ce mouvement enregistré du côté des pilotes soit décisif. À sa suite, la direction entame finalement les pourparlers avec le SNOAM. Elle reste toutefois inflexible sur son assimilation au statut de navigant. Le président d'Air France écrit à ce propos :

> *« Le personnel navigant est un personnel d'une forte technicité, dont la formation requiert de longues années et une expérience approfondie ; leur responsabilité dans la conduite de l'avion et dans la sécurité des passagers et du chargement qui leur est confié est importante. Par contre, le PCB est un personnel dont la formation est infiniment plus simple et qui ne partage pas du tout les responsabilités du PN. La nature du travail qu'il effectue à bord n'est pas fondamentalement différente du travail qu'il effectuerait à terre. Si son service à bord entraine quelques fois une certaine fatigue et nécessite sur les long-courriers une certaine continuité dans l'horaire de travail, par contre il jouit de périodes de repos beaucoup plus étendues que le personnel de terre »*[432].

En institutionnalisant une différence qualitative entre les corps de métier, la direction insiste sur le fossé social qui sépare les équipages. Cette inégalité est d'ailleurs consommée par les commandants de bord : le responsable syndical de ces derniers appuie la direction dans son refus d'appliquer la parité des frais de déplacement[433]. Le positionnement des « techniques » vis-à-vis du personnel de cabine est en définitive assez complexe. Il leur reconnaît un rôle de sécurité, notamment dans la transmission des informations entre le cockpit et la cabine, et réclament l'institutionnalisation de cette fonction. En revanche, ils n'admettent pas que les stewards et des hôtesses puissent bénéficier de primes particulières concernant leur travail commercial, ou bien d'une surprime pour travail de nuit. Le métier de cabine reste un métier de service, dont la responsabilité à bord est nettement dévaluée et dont la charge technique et

[431] Procès verbal de la réunion entre représentant·e·s du personnel de cabine et représentants du PNT, 19 août 1948, archives SNPNC.

[432] Lettre d'Henri Ziegler au SNOAM du 9 septembre 1948, archives SNPNC.

[433] Compte rendu de l'entrevue entre les représentants de la direction et ceux du PCB, le 22 septembre 1948, archives SNPNC.

physique est moindre. On pourrait ainsi définir ce rapport ambivalent selon la formule suivante : oui à l'intégration du PCB dans l'équipage à condition qu'il soit systématiquement subordonné.

Plusieurs archives montrent le double rapport classiste et genré qu'entretiennent les PNT à l'égard des PCB et plus particulièrement des stewards. En été 1946, les stewards revendiquent le droit de porter un écusson attestant de leur expérience navigante, en argumentant sur la dimension sécurisante de l'uniforme pour les passager·ère·s. Si la direction de l'exploitation se montre favorable au projet, elle estime toutefois que l'insigne ne peut être qu'en argent au lieu d'être en or[434]. Le système de galons hérité du monde militaire permet de situer symboliquement les membres de l'équipage. Le steward est le seul à porter l'ensemble des écussons de couleur argenté (jugulaires, macaron de casquette et insigne sur la poitrine, voir figure n°6). Tous les membres du personnel technique et les commissaires de bord sont habillés en doré. Cette différenciation, a priori anodine, suscite toutefois de vives réactions. Jean Syre, instructeur navigant, envoie une lettre colérique à la direction d'exploitation concernant des écarts d'uniforme :

> « *Monsieur, j'ai l'honneur d'attirer votre attention sur les fantaisies et les écarts d'uniformes que se permettent la majorité des stewards et des commissaires de bord (...). Ces derniers arboraient les mêmes insignes et attributs que l'ensemble de l'équipage* (…). *Vêtu moi-même de la façon la plus réglementaire, j'ai dû désigner le barman à un passager qui me demandait de lui servir un café* (…). *En outre, une discrimination effective dans l'uniforme éviterait de faire rejaillir sur l'ensemble de l'équipage des tractations qui ne lui font pas honneur* »[435].

Il condamne fermement que des membres « *au rôle nullement navigant* » transgressent les codes qui visibilisent les fonctions de chacun, car le fait d'être potentiellement confondu avec un steward par un passager est pour lui source d'humiliation. Cette position révèle le mépris sous-jacent qu'entretient la socialisation navigante pour le métier de steward. Le témoignage

[434] Lettre de la Direction Générale concernant les « Insignes millionnaires » des stewards, 6 août 1946, archives SNPNC.

[435] Lettre de Jean Sire, adjoint à la DE au Chef Steward, concernant l'uniforme des steward, le 27 janvier 1947, archives SNPNC.

de Jean, un steward embauché en 1958, coïncide avec cet état de fait : les vieilles générations de pilotes appelaient les stewards « les lapins de coursive », quand eux-même répondaient encore au nom de « Seigneurs de l'Atlantique », symbolisant ainsi une frontière, par ailleurs difficile à franchir sur le thème amical[436]. D'après le steward Michel David, Rolf Lenga, un commandant de bord « *né avec un manche à balais entre les couilles* » n'adressait pour ainsi dire jamais la parole aux stewards, flanqués d'un insigne qui n'était rien de plus qu'une « *rondelle de citron* »[437]. Cette marginalisation professionnelle des stewards illustre comment se construit un système de genre sous l'égide de la masculinité hégémonique.

[436] Entretien avec Jean, steward embauché en 1958, réalisé le jeudi 18 juin 2020 par Zoom. Durée : 1h53min. L'autobiographie de Michel David vient confirmer l'image répandue de cette expression.

[437] Michel David, *opus. cit.*

Illustration n°6 : l'importance des signes distinctifs, photo de la planche n°56 du manuel du PCB, 1948, archives du musée Air France.

1.3.4.3. La fabrique institutionnelle de la masculinité hégémonique

Pour comprendre la résistance aux politiques de féminisation du personnel d'Airbus, Nathalie Lapeyre analyse les ressorts de l'homosocialité au sein de l'entreprise. Selon ses travaux de terrain, il apparaît que la culture de l'aérien fonctionne comme un ciment relationnel ou un pacte de solidarité, qui organise la circulation des pratiques masculines et machistes, depuis le pilote ingénieur aux ouvriers qualifiés[438]. La culture aérienne – à laquelle s'ajoutent d'autres éléments, notamment la culture sportive (et particulièrement celle du rugby pour Airbus) – agit comme catalyseur et rend les collectifs de travail plus homogènes. L'articulation entre masculinité hégémonique et masculinité complice opère systématiquement dans la construction des éthos professionnels. Être « un homme de l'air » rapporte un dividende social non négligeable (tant du point de vue matériel que symbolique) dont on ne peut profiter que si l'on reconnaît activement les mythes constitutifs de l'aviation. Il s'agit de réactiver et de diffuser les récits mythifiés (la guerre, les pionniers, le danger, etc.) pour promouvoir une culture héroïque et, plus particulièrement, promouvoir son insertion dans cette culture. Une insertion réussie se traduirait dans sa capacité à maitriser les anecdotes, les lieux iconiques ou les légendes secrètes qui entourent les « grands hommes de l'aviation ». Cela concerne autant les ouvriers des chaines de montage toulousaines, glorifiant « les grands inventeurs », que les stewards d'Air France diffusant le mythe des « seigneurs de l'Atlantique ». Dans son autobiographie, Michel David revient systématiquement sur les relations qu'il entretient avec les commandants de bord. Que ce soit Jean Dabry ou Jean de la Noue, voler sous leur autorité est en soit une marque de prestige social, d'autant plus forte si ces mêmes commandants ont côtoyé les légendes et particulièrement Mermoz[439].

Depuis un regard extérieur à l'avion, il est plusieurs facteurs historiques qui expliquent l'importance presque cinématographique du pilote : ils concentrent légalement, culturellement, professionnellement et socialement les qualités de la masculinité triomphante. C'est à la suite du vol de Santos-Dumont en 1906 près de Paris que Guillaume de Syon identifie une transformation : la personnalité des pilotes devient un objet de médiatisation spécifique, détachée de celle de l'ingénieur fou et aventureux de la fin du XIX^{ème} siècle[440]. Dès

[438] LAPEYRE Nathalie, « La virilité en héritage. Permanence des éthos professionnels masculins et exclusion des femmes au sein de l'industrie aéronautique », *Entreprise et Histoire*, n°107, 2022, pp. 60-75

[439] Michel David, *opus. cit.*

[440] Guillaume de Syon, « La grande nouvelle aérienne. Passion et peur de l'aviation au travers de la carte postale (1890-1914) », dans Nathalie Roseau et Marie Thébaud-Sorger (dir.), *L'Emprise du vol,* MetisPresses, Genève, 2013, 205 p.

lors plusieurs images circulent, notamment à travers la carte postale qui se vend aux *meetings* aériens. Si le pilote d'avant guerre conserve un aspect « clownesque » (celui des acrobaties, des chutes, de l'avion « planté » dans un arbre), il est également un pionnier de l'air, un ingénieur intrépide et un sportif. Une lithographie de 1909 nomme Blériot « *le nouveau colosse de Rhodes* », un pied de chaque côté de la Manche. La Première Guerre mondiale propulse la figure du pilote au rang d'icône militaire en consacrant la figure de l'As, dont l'héroïsme presque chevaleresque l'érige en canon de la masculinité traditionnelle[441]. Claude d'Abzac-Epezy analyse dans la création des lignes intercontinentales de l'entre-deux-guerres une prolongation du champ de bataille, dans lequel les aviateurs peuvent mesurer leur courage et leur valeur virile[442]. La popularité dont ils jouissent se retranscrit dans la masse de production culturelle qui leur est dédiée. À la figure du chasseur d'exception s'accole rapidement la figure du séducteur, particulièrement dans la figure de Jean Mermoz, dont la beauté plastique lui vaut l'attention généralement attribuée aux vedettes de cinéma : les aviateurs transformés en « *formidables figures construisant du rêve, des porteurs d'évasion, rencontrent les visées commerciales d'une industrie cinématographique en pleine expansion populaire* »[443].

Les années 1930 transforment l'image du pilote en voyant embarquer des passager·ère·s dans les avions[444]. La présence de profanes de l'aviation à bord décale le prestige du pilote, de l'exploit individuel à la responsabilité sur un groupe[445]. Par ailleurs, la politisation des sociétés dans les années 1930 n'épargne pas l'image des pilotes, qui deviennent des instruments des propagandes nationalistes. Hermann Goering utilise par exemple la mort de Richthofen le 21 avril 1933 pour mobiliser l'armée et les institutions civiles autour d'une mémoire collective, en accord avec son projet de faire de l'Allemagne nazie une « *nation d'aviateurs* »[446]. La majorité des pilotes français et britanniques sont par ailleurs sensibles aux discours de la droite radicale : Mermoz est militant des Croix de Feu et

[441] Damien Accoulon, « *Ciel des hommes*: Gender Perspective on Early Aviation in France and Germany (1903-1939) », *Nacelles* [En ligne], 12 | 2022, mis en ligne le 20 juin 2022, consulté le 30 mai 2023. URL : http://interfas.univ-tlse2.fr/nacelles/1631

[442] Claude d'Abzac-Epezy, « *Les héros de l'air* », dans Nathalie Roseau et Marie Thébaud-Sorger (dir.), *opus. cit.* p. 37

[443] *Ibid.*

[444] Emmanuel Chadeau, *opus. cit.*

[445] Louis-Marie Barnier, 1992, *opus. cit.* p. 353

[446] Damien Accoulon, « Capitaliser la guerre dans les airs : Représentations et usages des 'chevaliers du ciel' en Allemagne, France et Grande-Bretagne (1914-1939) », *20&21. Revue d'histoire*, n°148, 2020/4, p. 81-99,

collabore avec le colonel La Rocque à la création du Parti Social Français en 1936, d'inspiration fascisante. Insister sur cette trajectoire politique n'est pas anodine car elle concentre, aux regards des idéologies mobilisées, une vision conservatrice des rôles de genre. La défaite militaire du fascisme en France conjuguée au mythe résistancialiste coupe la filiation des pilotes d'Air France avec un passé davantage politisé. En tant qu'icônes nationales, ils naviguent au-dessus des clivages politiques, renforçant ce sentiment d'hommes aux habilités exceptionnelles, évoluant dans des champs sociaux lointains et intouchables. Air France contribue à créer ce sentiment à travers sa revue d'entreprise, par laquelle elle consolide ce rayonnement si particulier des pilotes. Une hôtesse témoigne de la sorte :

> « *J'ai retrouvé les Anciens de la Ligne, ceux qui ont connu Mermoz, ceux-là qui, communistes ou royalistes, l'ont adoré ! Si vous saviez comme ils sont extraordinaires, ou bien avec eux on se sent propre* » [447].

Au delà de l'héritage culturel, les commandants de bord d'Air France dans les années d'après-guerre bénéficient d'une architecture institutionnelle particulière. Elle concentre dans leur rôle technique la plus haute fonction décisionnelle, faisant d'eux les responsables de toute vie à bord d'un appareil. Il faut en plus ajouter à ce tableau l'acte de piloter, dont le prestige social renvoie à la maitrise d'un environnement hautement technologisé. Un ensemble de paramètres locaux fabrique la figure hégémonique du pilote-roi aux yeux du public. Air France reprend à son compte cette image dans le cadre de sa propagande commerciale. En exhibant « le sourire » de son personnel, la compagnie insiste sans ambages sur l'aspect légendaire du pilote :

> « *C'est le sourire du maitre à bord, calme et sûr de ses réflexes. Technicien compétent il dirige et contrôle en virtuose les appareils les plus modernes et les plus perfectionnés. Il sait qu'il appartient à une élite* »[448].

L'hégémonie du pilote est complète : elle n'existe pas seulement dans son rapport externe avec le monde des non-initiés, elle rayonne également sur l'équipage avec lequel il travaille. Demetriou rappelle que la domination masculine s'exerce sur deux espaces. L'hégémonie

[447] *Terre et Ciel,* n°10, novembre 1946.

[448] Brochure commerciale de janvier 1949, *opus. cit.*

externe, soit l'ensemble des mécanismes de domination des hommes sur les femmes, fonctionne simultanément avec l'hégémonie interne, à savoir celle qui hiérarchise les masculinités entre elles[449]. En marginalisant la figure du steward, le collectif navigant technique s'assure du monopole des critères masculins dans l'espace de l'avion et, en conséquence, d'un accès privilégié aux femmes. Les pilotes (sommet de la hiérarchie) considèrent effectivement avoir un ayant droit sur l'hôtesse, figure métonymique de la féminité. Une anecdote de Michel David illustre parfaitement quelles formes concrètes prennent les scripts de genre au sein de l'équipage, notamment dans la distribution steward / pilote. Le commandant de bord Félix M., autoritaire, dont la réputation était faite d'admiration et de crainte, est connu pour être un « tombeur de femme ». Lors des vols long-courriers, il aime faire des visites en cabine :

> « *Sûr de son effet, les hommes ne peuvent s'empêcher d'un sentiment un peu sourd de jalousie inquiète et les femmes involontairement se prennent à rêver. Sans prononcer une parole, le commandant aura parcouru la cabine dans les deux sens (...) Alors un des deux stewards recevra la mission d'aller prier telle dame précisément décrite, de venir sur invitation du commandant à visiter le poste pilotage* »[450].

Le steward, après avoir invité la passagère, lui sert un verre de champagne ainsi qu'au commandant. Ce dernier entreprend de montrer le poste de pilotage. Or, entre les deux sièges des pilotes se trouve le pommeau du levier de commande des trains d'atterissage, surmonté d'une bille d'acier de la taille d'une pomme, que le commandant lève et baisse à sa guise depuis une commande manuelle. La métaphore phallique est ici incontournable et fait partie de la mise en scène fétiche du commandant Félix M. : la passagère, en jupe de préférence « *sentait une grosse boule, un peu froide, venir lui caresser les mollets, remonter plus haut, lui passer entre les cuisses pour venir, délicatement mais avec insistance, lui tapoter les fesses* ». Ensuite, en fonction de la réaction, le commandant ordonnait aux membres de l'équipage de sortir du cockpit et entrainait la passagère dans les cabines de repos. En résumé, si le commandant exerce un droit de possession sur les femmes, le steward, lui, est restreint à

[449] Demetrakis Demetriou, « Connell's Concept of Hegemonic Masculinity : a Critique », Theory and Society, Vol 30, n°03, 2001, pp. 337-361

[450] Michel David, *opus. cit.*

un rôle passif de subordination, hiérarchique comme sexuel, puisqu'il est voyeur de la scène. Il est à la fois complice et dominé.

Ce qui pourrait être paradoxal est en réalité au cœur du système hétérosexuel. Le pouvoir exercé sur le steward vient conforter la puissance du commandant, qu'il transforme parfois en énergie prédatrice. Loin de composer deux sphères imperméables, les deux systèmes d'hégémonie de Demetriou se renforcent simultanément : la capacité « d'avoir des femmes » renforce le prestige masculin du commandant (à savoir une « *réputation flatteuse* » aux yeux des hommes), qui lui-même s'envisage comme une qualité dans le scénario hétéronormé (soit le « *si délicieusement inquiétant et séduisant commandant Félix. M.* »). Cet incident semble être structurel des relations que Michel David entretient aux commandants de bord : il raconte comment « Antoine », ancien ami de Mermoz et sympathique envers l'équipage, demandait aux stewards de le placer à côté de la plus belle passagère une fois le vol assuré par le copilote.

Parmi la soixantaine de pages au caractère souvent érotique, il est surprenant que l'auteur n'évoque jamais ses propres relations. Il raconte notamment le quasi-accident d'un Constellation de la KLM, où l'hôtesse aurait mordu le commandant de bord lors d'une fellation au décollage. Ou encore comment un inspecteur d'Air France aurait surpris une hôtesse, lors d'une escale, en plein rapport avec le copilote « *qui sous les encouragements et les bons mots des autres membres de l'équipage s'efforçait d'être à la hauteur de la situation* ». L'auteur se souvient d'un nouvel an à New-York, pendant lequel l'hôtesse « *très blonde et très jolie* » hésita probablement pour une des trois chambres dans le couloir où dormaient Michel David, un collègue steward et le commandant de bord Bernard C., par ailleurs « *très beau garçon* », qui, au regard de la structure du récit, passa sans doute la nuit avec sa collègue. Située au tournant des années 1950, cette autobiographie, sans doute mensongère à bien des égards, atteste finalement de l'ambivalence du steward dans la configuration du système de genre : accessoire des « conquêtes sexuelles » de sa hiérarchie, il en tire toutefois prestige, renforçant les représentations hégémoniques auxquelles il appartient, ne serait-ce qu'à la marge, du seul fait de porter l'uniforme.

Nous faisons l'hypothèse que la chosification des hôtesses est plus puissamment exprimée par le PNT que par les stewards : s'il n'existe pour le moment pas de sources d'époque capables de documenter cette perspective, nous pouvons en mesurer l'importance

par la répercussion culturelle qu'elle a pris, au sein même des populations navigantes. Marie, considère avec soulagement qu'elle n'a pas eu à faire à ces « *Seigneurs qui revendiquaient leur droit de cuissage sur les hôtesses* »[451]. En rapportant une scène sur une plage à Djibouti, Charline évoque un pilote « plus vieux que son père » qui lui aurait dit « *de mon temps quand un commandant de bord daignait s'intéresser à une hôtesse de l'air, il ne se faisait pas remballer comme ça !* »[452]. De son côté, Jean insiste sur le fait que le commandant de bord possédait effectivement une « aura particulière » auprès des jeunes femmes, que les stewards, par comparaison, ne possédaient pas[453]. Pour envisager une explication davantage sociologique, rappelons que le centre de Vilgénis chargé de la formation du PNT fonctionne sur le mode de l'internat. Un des canaux d'apprentissage de la masculinité navigante se fait à huis clos, renforçant l'esprit de corps qui, de fait, exclut institutionnellement et socialement les stewards.

La mise en scène spectaculaire du pilote et de l'hôtesse, notamment à travers le baiser de Jean Marais avec Michèle Morgan, trace les contours d'un couple iconique et reproductible. Le binôme hôtesse / pilote profile les relations hétérosexuelles : c'est l'endogamie parfaite, adaptée à l'époque, survivant à la modernisation des rapports sociaux (et notamment celui qu'implique la femme au travail). L'hôtesse de l'air devient un projet de féminité dominant parce qu'elle coexiste avec les formes hégémoniques de la masculinité, les *fait exister* dans leur état relationnel, sexuel et affectif.

Insister sur l'image du couple n'est pas anodin si on la comprend dans la perspective isolée par Kristin Ross, dans son livre sur l'américanisation de la France d'après guerre. Dans la perspective gaulliste, la reconstruction de la puissance nationale doit être soutenue par un effort démographique sans précédent : il faut *« faire que la fécondité règne de nouveau dans la famille française »*[454]. Afin d'assurer cette politique nataliste décomplexée et « *d'appeler à la vie les douze millions de beaux bébés qu'il faut à la France en dix ans* », le gouvernement doit inspirer la population. En plus des appareils idéologiques d'État, Kristin Ross s'intéresse à la presse privée qui relaie l'injonction hétérosexuelle. Le couple se comprend comme le

[451] Entretien avec Marie, *opus. cit.*

[452] Entretien avec Charline, *opus. cit.*

[453] Entretien avec Jean, *opus. cit.*

[454] Charles de Gaulle et son discours devant l'Assemblée consultative provisoire 2 mars 1945, dans *Discours et Message*, *Tome 1,* Plon, 1975, p. 531

« *pivot et le support de l'ensemble des valeurs affectives* »[455] ; il est au cœur des stratégies de modernisation de la France dans les années 1950, en tant que base primaire du foyer et en tant que premier noyau consommateur. Le couple se reconfigure dans le contexte particulier de la fin de la Seconde Guerre mondiale : il devient, d'une certaine manière, le réceptacle des représentations culturelles et des pratiques économiques de la modernité. Il apparaît comme le modèle même de la standardisation : consommation, vie sociale et sexualité deviennent reproductibles. Comme l'analyse Nancy Fraser, le couple devient le ciment d'une « *société capitaliste à forme androcentrique* », consolidant des rapports de domination à travers le salaire familial masculin. Dans les années 1950 et 1960, « *l'idéal du salaire familial masculin servait encore à définir les normes de genre et à rappeler à l'ordre ceux qui les enfreignaient, puisqu'il renforçait l'autorité des hommes dans les foyers et canalisait les aspirations vers une consommation domestique privatisée* »[456].

L'identification au couple « parfaitement d'époque » opère en fonction du contexte social : les élites intellectuelles progressistes privilégieront la dyade Simone de Beauvoir / Sartre, les plus libéraux préféreront l'optimisme affiché de Servan Schreiber / Françoise Giroud, tandis que la petite bourgeoisie traditionnelle s'identifiera davantage au ménage formé par les Poujade[457]. Dans ce contexte, il nous appartient de replacer la formation pilote / hôtesse de l'air, au devenir massif et transversal. Ce processus traduit la nécessité, pour une large classe moyenne en formation, de trouver des vecteurs d'identification, qui soient nationaux et générateurs d'optimisme.

Toutefois, ni l'hôtesse ni le pilote ne définissent complètement les identités de genre dominantes dans la période de reconstruction. Ce sont deux figures qui en délimitent certaines formes, socialement actives dans des espaces limités aux champs qui recoupent celui de l'aviation civile. Le couple hôtesse / commandant de bord peut dès lors se comprendre comme étant interchangeable avec d'autres figures professionnelles : le patron avec *sa* secrétaire, ou encore le médecin avec *son* infirmière. Au regard de la construction professionnelle de cette dernière, il est impossible de ne pas noter dans leur trajectoire historique les fortes similarités avec les hôtesses de l'air. Christian Chevadier montre en effet l'importance de la période

[455] Kristin Ross, *Rouler plus vite, laver plus blanc, modernisation de la France et décolonisation au tournant des années 60*, Flammarion, 2006, p. 181

[456] Nancy Fraser, « Féminisme, capitalisme et ruses de l'histoire », *Cahiers du genre*, L'Harmattan, 2011, n°50, pp. 165 à 192

[457] Kristin Ross, *opus. cit.*

d'après-guerre dans la solidification de leur identité professionnelle, bénéficiant de l'institutionnalisation de la Sécurité Sociale[458]. Formaliser les critères de formation et d'exercice leur permet de mettre en tension une conception genrée essentialisante, héritée du XIX^{ème} siècle mais toujours active, dans laquelle « *le rôle propre de l'infirmière, l'ensemble de son activité située hors de l'intervention du médecin, est définie comme d'une autre nature que le rôle délégué par le médecin, par les prescriptions* »[459], rôle réduit aux soins simples, au ménage et au lien émotionnel avec le malade. Malgré le tableau complet dressé des identités médicales, on ne retrouve pas dans les travaux de Chevadier une analyse des relations de genre et comment ces dernières charpentent les rapports hiérarchiques entre médecins, infirmières et les autres corps médicaux. Une histoire précise des différentes figures professionnelles de l'hétérosexualité serait précieuse pour comprendre la reconfiguration du système de genre au XX^{ème} siècle, en lien avec la transformation du travail. Enfin, à la différence de ces autres images canoniques de l'hétérosexualité, l'hôtesse de l'air est, quant à elle, immédiatement saisie par la configuration bourgeoise du couple ; elle est mondaine, lui est capitaine, ou, au mieux, un riche homme d'affaire ou un prince étranger. Cette lecture permet de mieux comprendre la publicité manifeste dont bénéficie l'hôtesse ; il s'agit d'en faire un projet de féminité exportable par delà les frontières, désirable, normatif, de façon à en valoriser l'usage par une masculinité en pleine restructuration, parce qu'indissociable des transformations d'ordre socio-économiques et politiques qu'annonce la mondialisation de l'économie.

[458] Christian Chevadier, « Pistes pour une histoire de la qualification des infirmières françaises », dans *Recherches en soins infirmiers*, n°139, 2019/4, pp.31-48

[459] Christian Chevadier, *Les métiers de l'hôpital,* la Découverte, 1997, p. 97

1.4. L'hôtesse de l'air, une figure hétérosexuelle moderne

En plus du pilote, l'hôtesse est systématiquement prise dans un rapport de séduction avec le passager. Le fait que ce rapport soit médiatisé indique comment le mode relationnel pilote / hôtesse s'exporte à d'autres espaces sociaux et réajuste les scripts de genre. En d'autres termes, faire exister une romance culturelle entre le passager et l'hôtesse prolonge le privilège masculin du pilote à « l'homme » en général – du moins à celui qui serait capable de se saisir des opportunités qu'offre la modernité. Bénéficier de l'attention affective et sexuelle d'une hôtesse de l'air est un gage de réussite masculine, car cela signifierait évoluer dans les même espaces que le pilote. Sans perdre de vue cette ligne analytique, il s'agit dans un premier temps de dessiner quelles sont les modalités d'expression de cette féminité « à conquérir ». Ce construit culturel s'intègre plus largement au dispositif de l'hégémonie moderne qui a, sur un plan historique, systématiquement enfermé les identités sociales dans un jeu dichotomique, garant d'une prétendue stabilité sociale. Dans le jeu des représentations de genre, le binôme « hôtesse / pilote » prolonge les catégories « femme / homme », « douceur / agressivité », « soumission / autorité »[460]. Dans un deuxième temps, il faut s'intéresser au profil du passager que les médias mettent en scène, pour comprendre que celui-ci relève d'une nouvelle création moderne, puisant son sens historique dans la polarisation idéologique de la Guerre froide.

1.4.1. L'hôtesse et la stratégie matrimoniale : séduction, éthique et romance

Toute compagnie aérienne, selon le journal *Ce soir*, est une « *agence matrimoniale* » dans laquelle les passagers font une « *consommation effrayante d'hôtesses* »[461]. Dans un article du 8 avril 1955, le *Times* analyse a posteriori ce phénomène dont l'importance est similaire – voire amplifiée – aux États-Unis. En étudiant les mouvements de personnel sur les dix années d'après-guerre, American Airlines annonce que les hôtesses se marient de moins en moins avec les pilotes (sans pour autant prouver que cette endogamie fut si réelle) :

> « *Sur les 238 hôtesses qui ont démissionné l'année dernière, 200 l'ont fait pour se marier. Sur ce chiffre, 30% ont épousé des employés de la Compagnie, 26% se sont mariées avec l'homme auquel elles étaient*

[460] Elsa Dorlin, « De l'usage épistémologique et politique des catégories de « sexe » et de « race » dans les études sur le genre », *Cahiers de genre*, 2005, pp. 83-105

[461] « Propos en l'air », *Ce soir,* 29 juin 1949.

fiancées avant d'entrer dans la compagnie, 21% ont épousé des passagers et 23% des hommes dont elles ont fait connaissance à l'extérieur »[462].

En décloisonnant la représentation d'un mariage de l'hôtesse avec son partenaire historique, le pilote, l'article signe la fin de ce qu'on pourrait nommer le « privilège culturel » des commandants de bord, et propose un élargissement de l'idylle amoureuse moderne. Cela semble si vrai dans le ciel américain que Millie Alford, cheffe du service formation des American Airlines, insiste auprès des hôtesses sur le fait qu'elles ne peuvent privilégier le contact avec de « séduisants jeune homme » au détriment d'une « vieille dame »[463]. Walfrieda Mc. Assey, cheffe hôtesse, explique que ses subordonnées savent rapidement détecter un Don Juan. Elle note plusieurs techniques fréquemment utilisées par les passagers pour « lier connaissance » : s'asseoir au fond à gauche et empêcher un autre homme de s'asseoir à côté avec ses affaires, aller fréquemment demander de l'eau, demander des nouvelles d'autres hôtesses identifiables par leur matricules et, enfin, inviter à diner lors du désembarquement[464].

Dans le roman de Charles Coulier de 1948, Lucette, la jeune protagoniste de 22 ans, est constamment observée par les passagers. Elle passe la plupart de son temps à évaluer les différents courtisans. Est-il un bon parti ? Est-elle amoureuse ? Un passager, écrivain de profession qui suscitera chez elle de grands remous émotionnels, lui propose de lui dédicacer son prochain livre. Pour cela il demande son adresse personnelle, mais Lucette s'y refuse dans un premier temps, habituée à ces démarches après avoir opéré cinq mois sur la ligne d'Alger, « *où tant d'autres s'étaient risqué à lui faire la cour* ». Si le livre ne dépareille pas foncièrement de la romance hétéronormée traditionnelle, la fonction d'hôtesse de l'air rend Lucette particulièrement désirable aux yeux des hommes. Un personnage masculin qui l'a trouvée attractive lors d'un match de tennis en escale, la considère comme une potentielle épouse seulement après l'avoir aperçue en uniforme, à bord de l'avion où il était devenu passager : son allure de « maîtresse de maison » fonctionne comme une preuve de sérieux féminin[465]. La féminité que l'hôtesse d'Air France doit performer est nécessairement désirable, parce qu'elle s'insère plus profondément dans les dynamiques d'après-guerre que

[462] *France-Aviation*, n°15, février 1956.

[463] *Ibid.*

[464] *Ibid.*

[465] Charles Coulier, *opus.cit.*

nous avons décrites ; elle est censée représenter « *au naturel le rôle de mademoiselle « la France »* »[466] : comment refuser de se marier avec la norme féminine du mariage même ?

Une des qualités forte de Lucette, et par extension de l'épouse désirable, relève d'une éthique traditionnelle. Elle dit d'elle-même qu'elle « *sera peut-être un jour une épouse, mais n'acceptera jamais d'être une maitresse* »[467]. La mise en récit romantique des hôtesses de l'air insiste, avec une vigueur presque religieuse, sur la droiture morale des jeunes filles. Loin du modèle conspué des femmes à la sexualité déviante lors de l'Occupation, l'hôtesse de l'air est une femme volontaire et digne, du moins suffisamment pour recevoir les louanges de l'Église. Dans un article humoristique, Air France annonce que Saint-Pierre lui-même se sent ému devant cette jeune fille, *« à l'existence simple, nette* ». Reconnu par l'hôtesse, qui avait depuis toute jeune une belle image de lui, Saint Pierre consent à téléporter l'avion jusqu'à destination, de façon à ce que l'hôtesse puisse aider son frère malade à temps[468]. La sollicitude et la candeur des hôtesses sont deux volets de leur personnalité que la presse ouvre largement, en insistant sur le fait que les ambassadrices de la France doivent être également les ambassadrices du bon goût et de la décence. En revenant sur l'élection des Miss ou Mademoiselle France de 1947, le journal *Force ouvrière* annonce une opposition claire entre la beauté exubérante des candidates et celle des hôtesses, davantage protocolaire ; les premières renvoient à un détournement de l'esprit français quand les secondes l'incarnent. L'article déclare ainsi que seules les hôtesses sont « *les véritables symboles de la jeune fille française* », car en plus d'être jeunes, jolies et gracieuses, elles possèdent une élégance non tapageuse, le sens du travail bien fait et du sang froid[469]. L'encadrement d'Air France récompense l'expression de cette féminité traditionnelle dans un partenariat avec l'Ordre de la Courtoisie Française, créé en 1948 dans le but de « *maintenir et développer la tradition de courtoisie et de chevalerie* »[470]. Air France, grâce à son personnel navigant, reçoit en 1952 le diplôme de la courtoisie de la main de la sénatrice Jacqueline Thome-Patenotre[471]. La *« croisade pour l'amabilité* » que l'Ordre lance à partir de 1950 se fait sous le patronage du président de la République, indiquant par-là comment l'État cherche à nationaliser des

[466] *ibid.*p. 13

[467] *ibid.* p. 72

[468] *Terre et Ciel,* n°15, août 1947

[469] Liliane Dubreuil, « A propos d'élégance et de bon goût », *Force Ouvrière,* 22 avril 1948

[470] Site de l'Ordre de la Courtoisie Française : http://www.courtoisie-francaise.com/historique.htm

[471] Journal Télévisé de 20h du 22 novembre 1952, archives INA.
https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/video/caf97025267/air-france-recoit-le-diplome-de-la-courtoisie

identités de genre, en mobilisant des identités traditionnelles et conservatrices en pleine dynamique de modernisation. L'Ordre de la Courtoise continue à récompenser Air France, mais selon un cadre managérial différent à partir des années 1960, puisque les diplômes sont individualisés : 6 PNC – dont Solange Catry – reçoivent cette récompense le 6 mai 1964[472]. Le commandant de bord Hertert, pilote de Caravelle, reçoit lui aussi une médaille de la courtoisie, remise par le Jury Prestige de la France, afin de récompenser « *son extrême affabilité* »[473].

Les hôtesses d'Air France échappent dans un premier temps à leur sexualisation. Certains signaux que cette dernière, peu généralisée sur le plan international, annonce un intérêt croissant de l'industrie porno-érotique pour le mythe de l'hôtesse de l'air. Le journal *V* relaie une expérience états-unienne de 1949 qui consiste à équiper les aéroports d'escales de restaurants, dans lesquels le service est assuré par des serveuses « hôtesses » en mini-jupe. Les photos des uniformes préfigurent les changements vestimentaires opérés par Pan Am au début des années 1960[474].

Le mode de recrutement d'Air France semble confirmer ce qu'exprime l'article communiste. Au début des années 1950, après avoir déménagé son processus de sélection du Bourget à l'école hôtelière, au 20 rue Médéric, près du Parc Monceau dans le 8ème arrondissement, le jury prête une attention toute particulière aux capacités de séduction de l'hôtesse. Les candidates sont évaluées dès leur entrée dans le bâtiment, car elles doivent marcher une trentaine de mètres sur parquet ciré pour se rendre à leur table d'entretien. Leur démarche n'échappe pas à l'appréciation des membres du jury, qui cherchent à profiler la personnalité de la future hôtesse. Solange Catry, survivant de manière étonnante au *turn-over* des hôtesses, devient en moins de quatre ans un membre de l'encadrement et supervise les premières embauches rue Médéric. D'après Solange, les questions posées sont volontairement incongrues, afin de mesurer la vivacité et le tact des candidates. Cette sélection s'inscrit dans la tradition fixée par Mr. Henry, commissaire du paquebot transatlantique le Normandie lors des premiers entretiens au Bourget[475]. En plus de mesurer la capacité de réaction des

[472] *France-aviation,* n°115, juin 1964

[473] *Air France Communiqué*, 8 novembre 1960

[474] « Ici on aime se re…poser », *V,* 6 mars 1949

[475] Robert Cusin, « Pour être hôtesse de l'air », *L'Aurore,* 12 octobre 1948

interrogées, certaines remarques visaient à questionner explicitement le pouvoir séducteur de l'hôtesse :

> *« Celle qui arrivait avec les yeux en « lettre de faire-part » se faisait accueillir par un « on ne doit pas s'ennuyer en votre compagnie ». Cette goujaterie appelait quelques fois un haussement d'épaules, une réplique acerbe, ou un sourire complice, toutes attitudes d'emblée éliminatoire*s »[476].

Il est important de mentionner que Solange Catry joue un rôle primordial pour Air France, que la direction de la Compagnie reconnaît en tant que tel[477]. Elle est à la fois arbitre et catalyseur du profil émotionnel d'une hôtesse, celui qu'Air France promeut et médiatise. Lorsque Solange dévoile dans son autobiographie certains traits de caractères au profit d'autres, il faut en envisager la cohérence avec le savoir-être d'une hôtesse de l'air. Elle représente, d'autant plus fortement qu'elle est cadre, la compagnie nationale jusque dans son autobiographie. Sur un des premiers long-courriers de sa carrière, elle se souvient avoir été invitée avec l'équipage par un riche industriel. Lors du repas, elle rapporte faire preuve d'une candeur toute naturelle – ou toute feinte ? – face à la connotation sexuelle des blagues. Quand Solange évoque les comportements déplacés de l'équipage masculin, elle le fait systématiquement avec surprise, de l'ordre du « comment des hommes peuvent-ils penser ainsi ? ». À nos yeux, cette naïveté apparente est en partie performée, car Air France recherche des hôtesses sûres d'elles et séduisantes, mais qui savent être à-propos, ingénues et pudiques.

Le caractère enfantin, jeune, « tout-juste-sortie-de-l'œuf » des femmes de vingt ans fonctionne telle une marque de virginité, symbolique comme littérale. Dans un contexte de régénération des identités de genre, cela permet d'assimiler à la modernité apparente de cette nouvelle féminité des caractères davantage traditionnels. La jeunesse des hôtesses dans leur environnement professionnel est notable : en 1951, les 65 hôtesses ont en moyenne 27 ans, les

[476] Solange Catry, *opus. cit.*

[477] Max Hymans, homme politique, est le président de la Compagnie entre le 4 août 1948 jusqu'à sa mort en 1961. Monique Hymans, sa femme, écrit dans la préface du livre de Solange Catry publié en 1983 : « *Mon mari qui la connaissait bien appréciait l'efficacité, la loyauté, l'enthousiasme qu'elle savait, en toutes occasions, apporter à l'exercice de sa profession* ». Elle souligne le fait que l'hôtesse d'Air France, sans doute la plus médiatisée, soit parfaitement intégrée à l'esprit historique de « La Crevette ». Le livre-témoignage relève du même objectif : circonscrire et diffuser l'esprit d'entreprise d'Air France, auquel le recul historique confère de l'historicité et par conséquent une épaisseur bienvenue.

pilotes étant âgés en moyenne de 34 ans[478]. En questionnant la motivation des candidates lors de l'audition, Solange dit être prise d'affection pour celles qui avouent vouloir se marier avec un homme de bon parti. Elle écrit avec tendresse que ces jeunes femmes n'ont pu que rêver d'échappatoire romantique, « c*onfinées au printemps de leur vie, par la guerre puis par l'occupation de leur provinces puritaines et meurtries* »[479]. Dans le premier article de *France-Aviation* dédié aux hôtesses, on retrouve le refus catégorique d'Air France à embaucher « *des fascinantes créatures* » qui ne maitrisent pas l'art de la mondanité[480]. Le jury « *élimine sans pitié celles qui envoient des photos en tenue « frou-frou » ou en « infra-bikini* ».

Cette ingénuité attendue se déploie dans les attitudes joyeuses et insouciantes que la presse parfois relaie, comme cette hôtesse qui s'amuse sur le dos d'une autruche lors d'une escale à Rio de Janeiro depuis New York[481]. *A priori* anodine, cette image permet d'évaluer comment l'hôtesse de l'air s'insère dans un monde social d'élite, alliant à la fois le jeu, le professionnalisme, la candeur et la séduction. Dans un article de 1949 qui encense l'attractivité de la France, le magazine *Elle* publie des anecdotes d'hôtesses qui ont servi des célébrités. Elles racontent, sous forme de clins d'œil discrets, comment Jean Gabin s'endort à son deuxième Manhattan ou comment Mme Roosevelt ne mange pas mais boit cinq tasses de thé[482]. L'idée que l'hôtesse de l'air côtoie les plus illustres personnages consolide le mythe que prend la romance aérienne. Dans son rapport « aux grands de ce monde », l'hôtesse peut déployer ses charmes. Il est courant d'imaginer une hôtesse travailler pour des rois, des reines, des ministres, des vedettes, des artistes célèbres. Solange dédie notamment un paragraphe à Mohammed V, roi du Maroc, dont elle a fini par devenir l'hôtesse attitrée à la fin des années 1950, suite à la résolution d'un problème de service, dans lequel le commissariat n'avait pas prévu de repas sans porc. Pour autant, elle insiste surtout sur la modestie de son existence, vivant avec sa mère avec laquelle elle travaillait, hilare, les protocoles régissant la vie royale. Malgré ce qu'offre socialement la proximité avec les gouvernants, Solange Catry préfère témoigner de l'humilité dont doit faire preuve une bonne hôtesse, en accord avec l'éthique d'une femme professionnelle et prude.

[478] Bilan social de 1952, *opus. cit.* Sur la même base statistique, les stewards ont en moyenne 29 ans.

[479] Solange Catry, *opus. cit*

[480] *France-Aviation,* n°15. février 1956.

[481] *Elle,* n°175, 4 avril 1949.

[482] *Elle,* n°179, 2 mai 1949.

Toutefois, dès la reprise de l'activité aérienne après la guerre, on retrouve les traces d'une clientèle un peu plus diversifiée que ce qu'on ne pourrait imaginer de prime abord, ne se restreignant pas tout à fait à la haute société. Sur les lignes du sud vers la Corse, Alix D'Unienville se souvient de passagers à *« l'odeur d'ail et de fromage de chèvre »*, de femmes plantureuses, de vieilles, de curés transportant des canards dans un panier[483]. Dans un article de *France-Aviation* de 1955, Air France avance que la Corse – pour se restreindre à cet exemple – n'est plus une île « *depuis que les avions commerciaux la mettent à 55 minutes de Marseille* », et que les lignes sont empruntées par des locaux en plus des traditionnels touristes[484]. Au regard des archives disponibles, il est impossible d'objectiver la sociologie des passager·ère·s entre 1945 et 1952. L'avion coûte cher et ne propose pas encore systématiquement de tarification différenciée, limitant son usage à une consommation bourgeoise. Il semblerait en revanche que cohabitent différentes réalités culturelles, ce qui viendrait complexifier une lecture monolithique restreignant la pratique du vol aux seules élites. Finalement, il s'agit plutôt d'identifier un geste discursif qui viendrait gommer la relative diversité de la clientèle au profit d'une image fixe : celle une clientèle qui pourrait donner un visage à la modernisation d'après guerre, à savoir la réussite sociale démocratisée et accessible. Dès 1952, à l'annonce des premières opérations de tarifications, Edmond Delage conclut dans *Le Monde* « *De plus en plus l'avion tend à cesser d'être un transport de luxe et à se mettre, en tous pays, à la portée de l' " homme moyen"* »[485].

1.4.2. Le passager, contributeur de l'américanisation de la France

L'américanisation du monde occidental au XX^{ème} siècle est un phénomène global qui a fait couler beaucoup d'encre[486]. Kristin Ross utilise ce terme comme un synonyme de modernisation, à cela près qu'il lui permet de souligner l'aspect stratégique de la révolution économique française d'après-guerre. L'autrice insiste sur un point polémique : cette transformation accélérée de la France, *« dont la rapidité* [la] *fascina »*, doit se penser comme un événement, et par conséquent selon « la temporalité de l'événement » dans une perspective braudélienne. Il faut lui prêter une origine, une direction et une puissance, dont l'explication

[483] Alix d'Unienville, *opus. cit.*

[484] *France-Aviation,* n°9, août 1955.

[485] Edmond Delage, « L'avion long-courrier se démocratise », *Le Monde,* 29 mars 1952.

[486] Isabelle Lescent-Giles, Dominique Barjot et Marc de Ferrière (dir.), *L'américanisation du monde au XX^{ème} siècle : économie, culture, politique*, Vol. 1, Publication de l'Institut de recherches historique du Septentrion, Lille, 2002, 348 p.

historique réside dans le niveau de conflictualité entre différents antagonismes sociaux. Le concept d'américanisation de la France, ce processus entamé à la fin de la guerre et qui culmine au tournant des années 1960, nomme avec clarté le geste états-unien qui vise à la conquête de l'hégémonie culturelle occidentale[487]. En utilisant ce terme, la science sociale donne à voir les mécanismes idéologiques qui sous-tendent la fabrication de la culture de masse, dont l'existence est immédiatement polarisée dans le contexte de guerre froide.

1.4.2.1. La ligne iconique de Paris – New-York

À la sortie de guerre, le nombre de tickets vendus par Air France est quasi multiplié par un facteur dix en cinq ans : la compagnie transporte 110 000 passager·ère·s en 1945 contre plus de 982 000 en 1950. La plupart du trafic se concentre sur les lignes européennes et sur le pourtour méditerranéen (d'Afrique du Nord jusqu'au Proche Orient)[488], avec des lignes phares comme Paris-Londres ou Paris-Alger[489]. Si Air France ne possède pas le monopole complet du marché qu'elle partage avec des compagnies privées, elle domine l'ensemble du trafic. A titre d'exemple, la société nationale s'occupe seule de 80% de la clientèle française sur l'année 1947 et 75% de la clientèle totale en transit sur le territoire sur l'année 1948[490]. Le transport aérien est encore largement minoritaire face au transport ferroviaire ou maritime, mais il bénéficie toutefois des grèves massives de la SNCF de 1947 : en accueillant des passagers sur les lignes intérieures comme Paris-Lyon, l'avion offre une alternative au train. En 1950, le service « l'Épicurien » sur la ligne Paris-Londres maintient la tradition du *Golden Ray*, soit celle proposant espace et confort à une clientèle disposée à payer davantage ; cette ligne est sans doute la plus iconique, du fait d'être un lien immédiat entre les deux capitales alliées, fréquentée par plus de 118 000 personnes en 1950 (près de 15% du trafic total[491]). La domination économique de la compagnie nationale sur la concurrence française s'exprime de manière particulièrement évidente sur les long-courriers, notamment ceux à destination de

[487] Dominique Barjot, « Introduction », dans Isabelle Lescent-Giles, Dominique Barjot et Marc de Ferrière (dir.), *opus. cit.*

[488] Du 1er septembre 1948 au 31 décembre 1949, la compagnie compte 326 937 tickets pour le secteur « Europe » et 234 080 pour le secteur « Méditerranée ».

[489] *Terre et ciel*, n°7, août 1946.

[490] D'après les documents de la DGAC disponibles aux archives nationales dans les fonds du Bureau des grandes compagnies aériennes (ministère des transports), côte n°18930384/4. Air France transporte 423 115 Français sur l'année 1947 tandis que les compagnies privées se disputent 113 103. Sur le trafic globale impliquant la clientèle étrangère, Air France transporte 573 472 passagers contre 200 618 pour les autres compagnies.

[491] D'après le bilan d'activité de 1950, archives du musée Air France.

l'Amérique. C'est face aux géants de l'aviation états-unienne qu'Air France doit organiser sa stratégie.

L'ouverture de la ligne Paris – New-York à l'été 1946 marque un tournant culturel décisif. La mise en service du Lockheed 749 (le « Constellation ») devient le destrier de la « Ligne des Seigneurs », qui, paradoxalement, est très peu utilisée à en croire les chiffres. Seul·e·s 5200 passager·ère·s s'envolent vers l'Atlantique Nord en 1946. En 1954, 40 000 tickets sont vendus sur ce secteur contre 390 000 pour l'Europe et 387 000 pour la Méditerranée[492]. La ligne n'est pas particulièrement coûteuse, mais reste un luxe que la grande masse des gens ne peut s'offrir, dans une période où le rationnement, l'inflation et la pénurie de denrées alimentaires paralysent le niveau de consommation. À partir du 12 juillet 1947, la tarification des dessertes des lignes de New-York via Paris se comptabilise en dollar : un aller-retour simple coûte 622 dollars[493]. La ligne devient rapidement un jalon d'essai du service de luxe, beaucoup plus cher, autour duquel Air France va axer sa politique commerciale. Un article du *Monde* du 20 octobre 1947 insiste sur la bonne chère qu'on trouve sur les vols transatlantiques : « *terrine de lièvre, filets de barbue parisienne, quiches lorraines*, etc. »[494]. Lors de sa conférence annuelle du 27 novembre 1951, l'Association internationale du transport aérien (IATA) accepte finalement que les compagnies puissent proposer différents tarifs, après avoir évalué les bénéfices gagnés sur certaines lignes prototypes[495]. La concurrence avec les compagnies états-uniennes se durcit alors, car la Pan American Airways opère notamment avec des Boeing 377 Startocruiser qu'elle peut équiper de salons-bar au pont inférieur[496]. Comme l'annonce Jean Planchais : « *le confort lui aussi est l'objet de surenchères acharnées. C'est à qui aura les hôtesses les plus jolies, les repas les plus fins* »[497].

D'après Claude Reichman et Daniel Metzlé, la ligne Atlantique Nord « *était devenue le banc d'essai des compagnies mondiales (il n'y en avait pas moins de treize, parmi les plus puissantes du monde, en compétition sur ce secteur) ce qu'était Paris-Londres avant la guerre*

[492] Bilan d'activité d'Air France pour l'année 1954, publié en 1955. Musée Air France.

[493] Information tarifaire n°112 du 12 décembre 1947, Direction commerciale d'Air France. Musée Air France.

[494] Edmond Delage, *Le Monde*, 20 octobre 1947.

[495] *Le chasseur français,* n°662, avril 1952.

[496] Communiqué Air France de mars 1953, annonce des modifications apportées aux Constellation, musée Air France.

[497] Jean Planchais, *Le Monde, opus. cit.*

pour les compagnies américaines »[498]. Cette concurrence amène Air France à moderniser sa flotte, en achetant des Super Constellations (1954) et des Starliner (1957). Max Hymans, président d'Air France, déclare au regard de cette conjoncture dégradée que *« la modernisation permanente apparaît comme une nécessité inéluctable* »[499]. Au tournant des années 1950, l'accroissement du trafic est particulièrement fort concernant les long-courriers internationaux et vers l'Amérique Nord (22% de hausse entre 1954 et 1955). Finalement ce dernier secteur progresse au détriment du trafic vers l'Union Française (qui ne marque que 2% de hausse), ne représentant plus que seulement 19% de l'activité totale de la Compagnie contre 33% en 1952[500]. Ces chiffres résonnent étrangement avec l'ouvrage de Kristin Ross ; au moment clé de sa bifurcation socio-économique, la France affronte le double mouvement d'américanisation de ses pratiques culturelles et la décolonisation de son territoire. Loin d'être cloisonnées, ces deux histoires sont en fait liées par des tensions spécifiques : un pays exploite des populations coloniales alors qu'il est lui-même amené à se subordonner au capitalisme états-unien. Peut-on valider cette hypothèse au regard du bilan d'activité d'Air France ? Non. En revanche, le mouvement opéré par une clientèle coloniale vers les secteurs d'Amérique du nord propose une illustration matérielle de ce que sont les « déplacements culturels ».

Concernant ces déplacements, il nous faut insister sur l'importance que prend la dimension luxueuse de la ligne prototype « Paris-New York ». Le 1er mai 1952, Air France choisit une différenciation en trois classes tarifaires sur le secteur d'Amérique du Nord (enrichi de la ligne Paris – New-York – Mexico à partir du 27 avril 1952) : le service de luxe « Parisien Spécial », le service de 1ère classe « le Parisien », le service touriste « La Fayette »[501]. Elle aménage ses Constellations (qui remplacent progressivement les DC4 sur long-courrier) de façon à les compartimenter. À partir du 3 mars 1953, la Compagnie équipe ces appareils d'un salon, sur le modèle de la concurrence : table de jeu, cendriers intégrés aux fauteuils de cuir, boiserie réalisée en citronnier verni, etc. Les Constellations peuvent embarquer 34 passager·ère·s « luxe », 46 « standards » et de 50 à 65 « touristes »[502]. Le service « Parisien » propose un accueil fleuri (orchidée blanche) et un menu gastronomique élaboré (canapé Air France, médaillons de langouste, poulet à la cocotte avec une garniture à

[498] Claude Reichman et Daniel Metzlé, *opus. cit.*

[499] Discours du président, bulletin d'activité de 1954. Archives du Musée Air France.

[500] Bulletin d'activité de 1955, archive du musée Air France.

[501] D'après le bilan d'activité de l'année 1952. Musée Air France.

[502] Manuel du PNC Air France, 1954. Musée Air France

la truffe, etc.). C'est surtout en équipant les nouveaux Lockheed 1049, les fameux « Super Constellation », arrivés à Orly le 28 juin 1953, qu'Air France donne à la ligne ses lettres de légende. À partir du 19 novembre 1953, des cabines privées transformables en couchettes permettent à 8 couples de dormir sur lit-double, les sièges de première classe sont transformables en couchettes de type dortoir. En 1955, le PNC est formé pour l'accueil de 48 « Parisien Spécial » (32 si couchettes), 62 « standards », 87 « touristes » (voir figure n°7)[503].

[503] *ibid.*

Illustration n°7 : l'avion et le luxe, brochure publicitaire pour le service « Parisien Spécial » de novembre 1953, archives du musée Air France

1.4.2.2. L'importance structurelle des États-Unis dans le redressement économique du tourisme aérien

À partir des années 1950, le secteur Atlantique Nord bénéficie d'une attention toute particulière, car il possède le taux de croissance le plus élevé sur la décennie. En 1957, le nombre de voyages par voie des airs surpasse pour la première fois le nombre de traversées maritimes. Jean Boucoiran, directeur général du tourisme français, annonce en 1955 que le paquebot et l'avion peuvent cohabiter sur ce secteur, car ils répondent à des besoins différents : les touristes les plus riches voyagent par voie des airs[504]. La grande migration européenne vers les États-Unis dans les années 1930 a offert des bases dynamiques pour le développement d'une structure « *touristico-familiale* » du marché aérien [505]. Mais, au-delà de la forme économique dont bénéficie ce secteur à partir des années 1950, il nous faut insister sur l'élan culturel qui accompagne son essor, repérable dès la sortie de guerre. Simon Desbois – journaliste pour le magazine *V* dont la forme même de la mise en page montre l'influence atlantiste – témoigne d'un lien resserré entre la fascination qu'exerce la grande ville new-yorkaise, symbole de l'opulence et du vertige, et le vol transatlantique opéré par Air France, au service luxueux et parfumé[506]. L'avion symbolise le mode de vie américain, ou, plus vraisemblablement, il en diminue la distance et le rend accessible. « *Paris – New-York dans un fauteuil* », titre de l'article, peut se comprendre comme une formule métonymique qui contient toute entière le projet de la modernisation d'après-guerre.

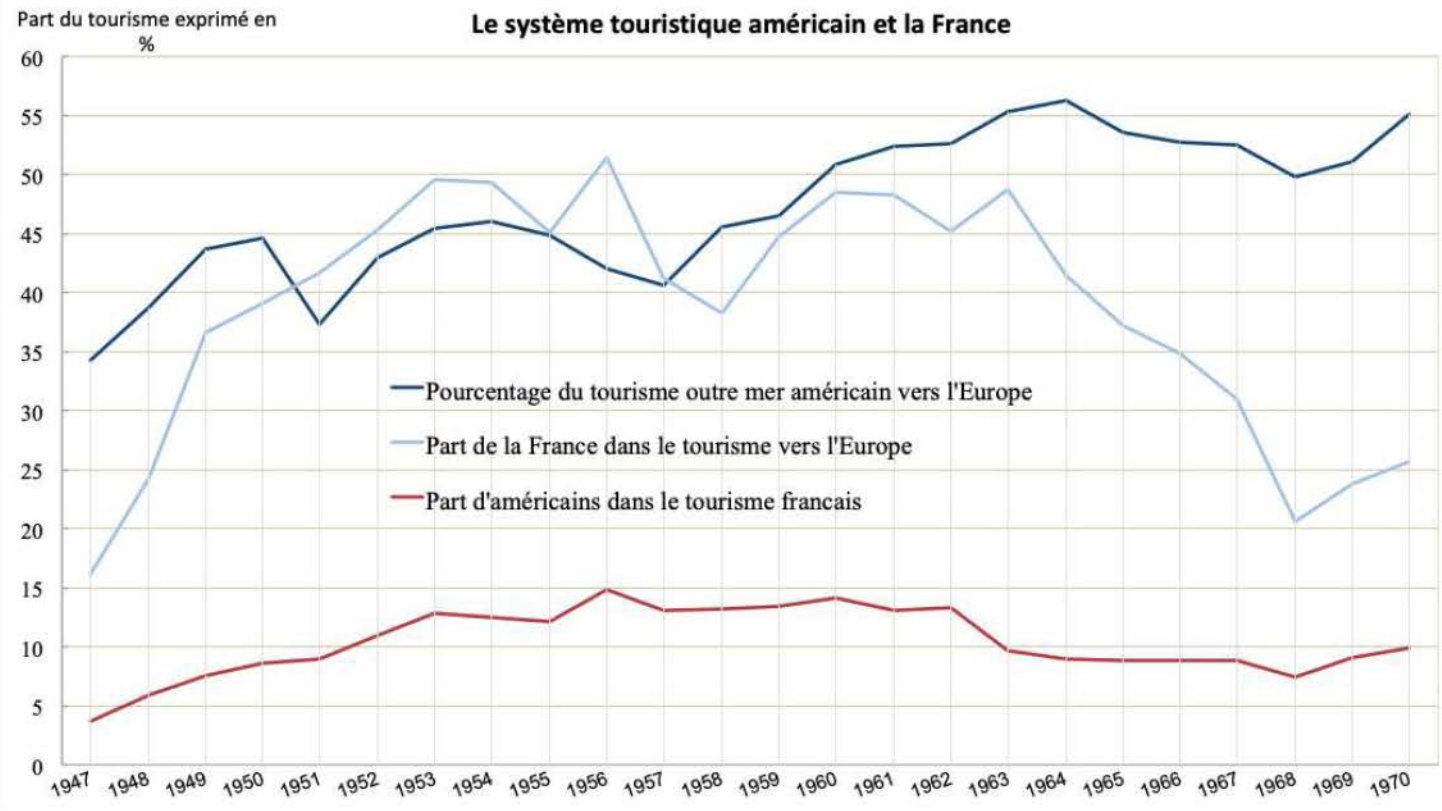
Nicole Fouché nous apprend que l'histoire du tourisme américain à cette période est ambivalente. Il aurait d'une part solidifié l'antiaméricanisme dans la culture populaire. D'autre part, il aurait accéléré l'américanisation de la France. Un rapide survol historique nous apprend que les relations touristiques entre les deux États héritent d'une longue pratique institutionnalisée. L'American Express, une société fondée en 1850 chargée de piloter les trajectoires touristiques (elle s'occupe de l'hébergement, des tickets de croisière, etc.), ouvre une agence à Paris dès 1895. Le public états-unien est fortement représenté dans le tourisme des années 1920, où plus de 250 000 d'entre eux visitent Paris entre 1926 et 1929[507]. D'après

[504] *France-Aviation*, n°9, août 1955

[505] Claude Postel, « Quelques aspects de la croissance économique du transport aérien, 1950-1960 », dans *Revue économique,* volume 12, n°5, 1961, pp. 781-817

[506] Simon Desbois, *opus.cit.*

les chiffres de l'historienne, nous avons pu construire le graphique suivant (voir graphique n°4) :



Graphique n°4: graphique représentant l'évolution du tourisme américain vers l'Europe et la France en pourcentage (1946-1970). Établi avec les chiffres avancés par Nicole Fouché, *opus. cit.*

Entre 1947 et 1957, la part que représentent les états-uniens dans la consommation touristique française ne fait qu'augmenter, passant de 3,6% à 13% du tourisme total (courbe rouge). La France, forte de son rayonnement d'avant-guerre, s'impose rapidement comme la destination européenne la plus fréquentée. En 1956, plus de la moitié des touristes américains qui voyagent vers l'Europe consomment des nuitées dans l'hexagone (courbe bleu ciel). De manière générale, l'Europe ne fait que gagner des parts du marché états-unien : en 1960, plus de la moitié des voyageurs internationaux au départ des États-Unis se tournent vers le Vieux Continent (courbe bleu foncé). Si la France de la cinquième République n'arrive pas à maintenir son niveau d'attractivité d'après-guerre (seulement 20% du marché touristique européen à la veille des évènements de 1968), elle a toutefois fortement bénéficié de l'afflux

[507] Nicole Fouché, « Le tourisme américain en France : un enjeu de relations internationales (1950-1970) », *Matériaux pour l'histoire de notre temps,* La Contemporaine, n°87, 2007, pp.96-106

américain vers le sol « libéré du nazisme ». Dans le document *Le tourisme étranger en France en 1950,* publié par le Commissariat Général au Tourisme, il est fait état de l'importance économique que représente ce marché Atlantique :

> « *Bien que ne représentant que 9% des touristes étrangers ayant séjourné sur l'année 1950, Américaines et Canadiens apportent à l'hôtellerie française 18% de ses nuitées étrangères totales et à l'Office des Changes 44% des recettes afférentes au tourisme* »[508].

Que ce soit à Nice, Biarritz ou Deauville, les consommateurs de palaces proviennent majoritairement des USA. Ils composent 31% de la clientèle des hôtels de luxe niçois (part la plus élevée), tandis qu'ils n'en représentent que 7% dans les hôtels 2 étoiles. Ils sont l'élément prépondérant de la clientèle étrangère de luxe, donnant raison à Jean Boucoirain lorsqu'il annonce l'intérêt de l'avion pour cette clientèle cible.

Pour dynamiser cet afflux touristique, le gouvernement supprime l'obligation de visa pour le tourisme américain en 1949 et tente d'appliquer ce que préconise le Travel Department Section (TDS). Entité spécialisée sur l'économie touristique au sein de l'Economic Cooperation Administration (ECA), le TDS se préoccupe de l'état des infrastructures françaises, notamment concernant les hôtels. Pour cause, les salles d'eau sont souvent communes aux différentes chambres (mêmes dans les établissements les plus réputés), ce qui n'est pas dans l'habitude du touriste états-unien[509]. Le gouvernement français oblige ainsi les trois étoiles à fournir leur chambre de toilettes privées en 1950. Cette question de la standardisation des espaces pose problème ; le gouvernement ne veut pas renoncer à ce qui fonderait l'attractivité de la France, à savoir l'importance accordée aux services et aux manières d'être, plutôt qu'à la fonctionnalité matérielle et au confort. Cet enjeu n'est pas si anodin, car s'il témoigne de l'impact du modèle états-unien sur le tissu économique français, il en souligne également les enjeux culturels.

Dans le cadre du projet de rééquipement productif de l'économie française, les autorités perçoivent l'aide américaine avec soulagement. Les premiers temps de l'aide

[508] « *Le tourisme étranger en France en 1950* », *Etudes et conjonctures de l'économie française,* Economie et statistique, 1951, pp.73-93

[509] Nicole Fouché, *opus. cit.*

concernent surtout l'importation de matériel lourd pour la reconstruction des villes portuaires (grues portuaires, *liberty ship,* etc.) en présageant, dès 1946, une transformation du tissu économique, notamment celle du modèle agricole avec l'arrivée de plus de 35 000 tracteurs[510]. La souscription de la France au Plan Marshall le 11 mars 1948 vient couronner deux ans de négociations entre les autorités françaises et états-uniennes - que la ghettoïsation du PCF en mai 1947 et la répression des grandes grèves contribuent à apaiser. La signature du traité marque ainsi le cap politique choisit dans un contexte de Guerre froide, en plus de permettre une injection massive de dollars dans l'économie nationale. C'est toute l'industrie qui bénéficie de cet appui financier sur le long-terme (sous la forme de prêts annuels). On peut citer, entre-autres, le rééquipement de la flotte d'Air France, la construction de centrales thermiques EDF, des investissements dans le raffinage et la prospection de pétrole pour les compagnies énergétiques, les télécommunications (PTT), l'industrie chimique (phosphate du Maroc), et l'outillage agricole (CIMA, Office du Niger). Le remboursement d'une partie des prêts états-uniens devient un enjeu capital pour l'État Français, manquant cruellement de devises. Selon Nicole Fouché, une manière de remédier au *dollar gap* qui pénalise l'économie française est, justement, de se servir du tourisme. Sur l'année 1950, le montant des devises cédées par les américain·e·s en France s'élève à 78,8 millions de dollars U.S.A, un apport non négligeable[511]. Edmond Delage indique que l'attrait commercial d'Air France est avant tout « *une précieuse créatrice de devise* »[512]. Pour les économistes du plan Marshall, occuper la voie touristique – à savoir un circuit privé de la consommation – permet de contourner les institutions où les opposants sont nombreux. Le TDS organise ainsi la promotion du tourisme vers l'Europe en éditant des brochures, des tracts et des affiches, ainsi qu'en abaissant les taxes sur les marchandises importées.

Le volet touristique du plan Marshall revêt également un intérêt idéologique. Comme l'écrit Nicole Fouché : « [Les touristes] *seront l'expression de la prospérité et de la liberté des classes moyennes, la démonstration par l'exemple des qualités de la démocratie américaine. L'idée est donc de faire entrer le tourisme dans la culture de masse* ». Le tourisme massif s'imagine comme une réponse à l'internationalisme prolétarien de l'URSS, car il viendrait créer une communauté libérale universelle, capable de rencontres et de consommation dans le monde entier. Il permettrait de consolider l'idée d'un bloc

[510] Gérard Bossuat, « Le plan Marshall dans la modernisation de la France », dans Serge Berstein, Pierre Milza (dir.), *L'année 1947,* 1999, Presse de Sciences Po, pp. 45-73

[511] « *Le tourisme étranger en France en 1950* », *opus. cit.*

[512] Edmond Delage, *opus. cit.*

civilisationnel, uni par son usage du monde et dont la cohésion internationale, visibilisée par les flux touristiques, devient la meilleure arme de propagande.

1.4.2.3. Le rôle de l'aviation dans l'américanisation de la culture

Le rôle idéologique du Plan Marshall est bien documenté. L'administration états-unienne souhaite exporter un modèle de société dans lequel la consommation relève d'une activité politique[513]. Une démocratie libérale saine se mesurerait à la capacité économique des citoyen·ne·s. Liz Cohen indique cependant que l'utopie d'une « République de consommateurs » porte en elle la marginalisation sociale, en excluant de fait les non consommateurs du jeu démocratique. Cette critique est particulièrement activée par les groupes communistes et syndicalistes français, qui ralentissent la pénétration du modèle atlantiste dans le monde du travail. Les opérateurs du plan Marshall mettent en place des dispositions pour lutter contre le syndicalisme : il s'agit de diffuser les images d'une culture lissée, sans conflit de classe, où le niveau de consommation élevé de l'ouvrier est dû à ses bonnes relations avec le patronat. Le travailleur états-unien vivrait presque comme son employeur, parce qu'on trouve chez lui les mêmes objets modernes, comme le lave-vaisselle, la télé, le frigo[514].

Au-delà de la résistance organisée politiquement par les oppositions partisanes et syndicales, les administrateurs américains se heurtent au sentiment plus large d'une méfiance vis-à-vis des canaux d'informations traditionnels (radios, affiches, etc.), que des systèmes dictatoriaux ont abondamment éprouvée. Pour contourner cet obstacle, les cadres du Programme pour la reconstruction de l'Europe (PRE) cherchent à développer une imagerie sur d'autres supports. Sheryl Kroen évoque notamment une circulaire du programme allemand, édifiante de clarté :

> *« En étiquetant [de manière très visible] les marchandises importées sous l'égide du plan Marshall, on devrait attirer l'attention du public par tous les moyens possibles sur l'importance économique du PRE dans la*

[513] Liz Cohen, *A Consumers'Republic. The Politics of Mass Consumption in Postwar America*, New York, Alfred A. Knopf, 2003, 567 p.

[514] Sheryl Kroen, « La magie des objets, le plan Marshall et l'instauration d'une démocratie de consommateurs », dans Alain Chatriot, Marie-Emmanuelle Chessel, Matthew Hilton (dir.) *Au nom du consommateur,* 2005, La Découverte, pp. 80-97

vie quotidienne. Des marques spéciales imprimées sur les cigarettes importées à partir de fonds issus du plan Marshall jusqu'au marquage, avec des inscriptions qui frappent l'œil, des wagons de marchandises importés ou réparés dans le cadre du PRE, un vaste domaine s'ouvre à la propagande » »[515].

Le PRE cherche à transformer les marchandises, les objets et les formes de vie qui y sont liées, en un champ d'information spécifique. Il s'agit de proposer sans formalité, par le simple geste de consommation, un contenu politique immédiatement perceptible, celui de participer à la construction d'un monde plutôt qu'un autre. En plus des concerts, des expositions cinématographiques ou des publications de magazines, des expositions comme le « vrai visage des USA » font des objets mêmes des figures de propagande. Le contexte particulier de guerre froide étend la bataille idéologique aux gestes les plus courants de la vie sociale.

Il est important de noter, pour ne pas donner l'impression d'écrire une histoire culturelle monolithique et absolue, que le plan de propagande est aussi effectif sur le sol des États-Unis. Par la taille de l'appareil de propagande nationale, ses formes et sa réception, Sheryl Kroen indique une possible comparaison avec ce qui s'est fait en France ou en Grande-Bretagne. Il faut davantage chercher ce qui peut faire lien entre les différentes aires territoriales, au lieu de les concevoir comme des monades géographiques évoluant indépendamment. À ce titre, l'histoire de l'aviation fonctionne de nouveau comme une loupe grossissante d'une histoire plus globale. Le pont aérien de juin 1948, cherchant à affranchir Berlin ouest du blocus soviétique, en est l'exemple parfait. Comme l'écrit Corinne Fayolle, « *les transports aériens acquièrent alors une dimension de premier ordre dans les relations internationales, l'objet d'un enjeu politique et diplomatique qui cristallise les antagonismes Est-Ouest* »[516].

Les hôtesses de l'air, si elles ne peuvent jouer qu'un rôle insignifiant sur l'échelle de ces processus, s'y insèrent de deux façons complémentaires : d'une part, elles proposent un service qui, à travers sa consommation, renforce l'accès à un statut social et son positionnement idéologique corrélé, d'autre part, elles fonctionnent, avec le reste de

[515] *ibid.*

[516] Corinne Fayolle, « Les enjeux aériens de Berlin pendant la Guerre Froide (1948-1961) », dans *Guerres mondiales et conflits contemporains,* 2001/3, n°202, pp. 189-202

l'équipage, comme les ambassadrices des marchandises. Les navigant·e·s sont parmi les premiers privilégié·e·s à importer des produits qui n'existent pas en France, encore appauvrie par la guerre. Iels participent inconsciemment au programme de propagande en incarnant cette France enrichie, consommatrice et libérée. Iels offrent à leurs proches des visions de l'avenir économique, mettant à disposition des regards les miracles d'Amérique – sans doute bien plus efficacement que des expositions étrangères. À la manière d'un masque africain ou d'une poterie laotienne, les mixers ou les radios de dernière génération garnissent les valises puis occupent les cuisines, fascinant les ami·e·s qui viennent dîner, avant que Moulinex ne massifie l'achat d'appareils domestiques, en rendant leur usage essentiel et populaire[517]. D'ailleurs, signe de la nouveauté, les équipages démontaient les produits d'électroménager, de peur que les douaniers français, au regard encore inexpérimenté d'après Solange Catry, confondent un fouet à mayonnaise avec une mitraillette. L'hôtesse annonce dans son témoignage :

> « *C'est ainsi que débaptisé et sans panache, le mixer fit son entrée dans quelques cuisines françaises privilégiées. Privilégiés, nous l'étions. En un temps où sévissait encore chez nous le rationnement, nous pouvions nous approvisionner librement ici en sucre, riz, pâtes alimentaires et même en café moulu, innovation qui n'avait pas encore atteint l'Europe* »[518].

La fascination états-unienne semble fonctionner sur les équipages, qui, rôdés à l'escale de New-York, se retrouvaient souvent dans un restaurant français *le Champlain,* au 115 West 49th Street. Ils étaient logés dans des hôtels qui n'étaient pas du plus grand luxe, mais qui « *pour les Français de 1947* » étaient des palaces. Ce rôle d'avant-garde de la modernité se retrouve jusque dans les années 1970. En 1972, un chef PNC témoigne rapporter des gadgets « de bricoleur » des années avant leur apparition sur le marché français[519].

Henri Jeanson, le scénariste du film *Aux yeux du souvenir,* critique dans une interview de 1951 la direction d'Air France, qui aurait censuré son travail d'écriture. Il oppose le camp des administrateurs, rigides, protocolaires, « vieux jeu », à celui des pilotes, *gonflés à bloc*,

[517] Jackie Clarke, *opus. cit.*

[518] Solange Catry, *opus. cit.*

[519] *France Aviation,* n°215, novembre 1972.

héroïques, puissants. Sa rencontre avec le commandant de bord Charles Lechevalier, dit « *Le Chevalier* », lui aurait d'ailleurs inspiré l'histoire de Jacques Forestier, le pilote aux mœurs légères (buvant beaucoup et sans responsabilité active), incarné à l'écran par Jean Marais. Henri Jeanson, en colère contre le regard inquisiteur du ministère de l'Air et de la Compagnie Nationale, encense le libéralisme fantasmé des États-Unis : « *les américains auraient raconté la vraie Odyssée du Chevalier* »[520]. Les États-Unis fonctionnent comme un pôle d'attraction, dont la puissance est nettement identifiable dans le domaine de l'aviation. Dans un numéro de *France-Aviation* de 1955, le comité éditorial défend l'idée « *d'une accélération de la course à la modernisation* » dont le carburant serait d'origine outre-Atlantique[521]. L'auteur, Robert Savreux, explique avoir vu « *les États-Unis bâtir leur aviation civile de demain* » à travers une exploitation rationalisée des données statistiques, ce qui n'est pas sans séduire les cadres d'Air France. Treize d'entre eux sont envoyés en voyage d'affaire pour une « mission de productivité ». Lorsque les journalistes du *Monde* s'interrogent sur l'avenir de l'aviation française, ils publient la traduction de la déclaration du président de l'Air Transport Association of America de décembre 1951[522]. Les schémas économiques, industriels et culturels que développent les États-Unis ressemblent finalement à des calques dont l'utilisation est un gage de réussite.

Au-delà de la figure de l'hôtesse de l'air, l'économie de l'aviation civile s'accompagne de propositions genrées dont l'influence des Big Four devient de plus en plus perceptible. Le baptême des avions est une pratique ancienne, réactivée dans une perspective commerciale dans les années d'après-guerre. Le premier Douglas DC 4 commandé par la France est livré au commandant de bord lors d'une cérémonie à Santa Monica. La « *très gracieuse actrice* » Dorothy Lamour accompagne les représentants commerciaux pour baptiser l'appareil et en devenir la marraine[523]. De la même manière, Jacqueline Peer, « *jeune starlett d'Hollywood* », devient la marraine du premier Lockheed 1049 G, livré à Air France en août 1955[524]. Quelques mois auparavant, cet avion est commandé par la Trans World Airlines (TWA) qui, lorsqu'elle se livre à l'exercice médiatique de sa promotion, met en scène le nouveau « Star of Buckingham » accompagné d'une image d'un commandant de bord grimé en empereur. Ce

[520] Interview d'Henri Jeanson, « Le cinéma ne doit pas être une fille entretenue » », *Paris-presse, l'Intransigeant*, 20 Octobre 1951.

[521] *France-Aviation,* n°10, septembre 1955.

[522] Pierre Marie, « Éléments d'une politique du transport aérien », *Le Monde*, 21 juin 1952.

[523] *Terre et ciel,* n°3, avril 1946.

[524] *France-Aviation,* revue n°10, septembre 1955.

nouveau roi du « Flying Castle » est accompagné de quatre femmes, toutes lauréates de différents concours de beauté, de façon à ce que son statut princier renvoie immédiatement au privilège relationnel de la masculinité hégémonique (voir figuren°8). À ce moment-là, Air France songe à l'ère de la réaction en projetant l'achat de Boeing 707, encore au stade expérimental. Le premier à opérer sur les lignes françaises en 1960 s'appelle le « Château de Versailles » et la Compagnie y propose un service de 1ère classe littéralement inspiré de la vie de château[525]. Cette proposition marketing s'inspire t-elle de la TWA et de ses Super Constellation recodifiés en palaces volants ? C'est ce qu'annonce Solange Catry, même si nous ne disposons d'aucun document officiel pour le prouver. Néanmoins, entre voyages d'affaires réguliers organisés par Air France, synchronisation des propositions commerciales et sexualisation progressive de l'imagerie féminine attribuée à l'aviation, il est impossible de nier la prégnance du modèle états-unien sur le marché aérien français.

[525] *France-Aviation,* revue n°59, octobre 1959

Un pilote élu roi du "Flying Castle"

La sortie de l'usine du « Star of Buckingham », premier Super-G Constellation, de la série commandée par la T.W.A., a été marquée par une joyeuse manifestation. On sait que la T.W.A. a décidé de donner à ces appareils des noms de châteaux historiques. Aussi, le pilote qui prit possession de l'appareil, fut-il l'objet d'une réception princière dans laquelle figurèrent Pat Channing, reine du Golf ; Pat Dawn, reine de Fête ; Margie Tenney, reine des Cœurs, et enfin Renate Hoy, Miss Allemagne.

Illustration n°8 : le pilote roi, tiré du France-Aviation n°10 de septembre 1955

1.5. Conclusion

À la sortie de la seconde guerre mondiale, Air France salarie des hôtesses de l'air qui assurent une triple fonction : économique (rassurer la clientèle sur la fiabilité de l'aviation commerciale), politique (régénérer la féminité nationale en proposant un visage à l'internationale) et culturelle (incarner les promesses de la modernisation). L'encadrement d'Air France élabore les critères de sélection et de formation du personnel féminin sur la base de ce que les autres compagnies internationales ont mis en place. Les hôtesses de l'air françaises sont une réalité culturelle avant d'être une réalité professionnelle. Leurs conditions salariales sont subordonnées aux mythologies déjà en circulation : un travail féminisé articulé

autour de la sollicitude, un bon niveau de qualification permettant l'usage de langues étrangères et la mise en scène d'une féminité bourgeoise et mondaine, un célibat contractuel enfermant le métier d'hôtesse dans l'idée de passerelle maritale, etc. En infériorité numérique, les femmes de l'air endossent pourtant une grande partie du travail de représentation. Définies par le discours institutionnel comme les ambassadrices de la France à l'étranger, elles doivent performer ce que serait le vrai visage de la féminité française : jeune, éthique, élégante et discrète, maternante et attentionnée, belle mais dissimulée. Dans un article au titre évocateur (« Une femme nouvelle pour une France nouvelle »), Claire Duchen questionne le rôle féminin dans le champ politique et dans le champ du travail au regard des politiques natalistes[526]. Elle décrit un état de confusion qui règne sur le rôle féminin et les espaces qui doivent y être attribués. Selon elle, « *toute la période de l'après-Libération est marquée par la confrontation entre la féminité traditionnelle et la recherche d'une féminité nouvelle* ». L'hôtesse de l'air s'envisage alors comme un compromis entre ces deux propositions : elle exporte les traditionnelles qualités domestiques de la femme à de nouveaux espaces, résolument modernes.

Les horreurs de la seconde guerre mondiale ont largement ébranlé les croyances dans la modernité technicienne. Le capital cherche à reforger rapidement son hégémonie culturelle, fragmentée et, de fait, concurrencée par le modèle communiste à différentes échelles[527]. Ce geste hégémonique s'identifie particulièrement dans le déploiement rapide et coordonné d'une culture de la consommation, basée sur l'accès aux technologies qui permettent l'accélération des taches productives et reproductives (mobilité, travail domestique, travail industriel, etc.). L'aviation civile est un champ culturel qui vient fixer les affects donnant corps à la modernité capitaliste, et les corps navigants engagés dans ce dispositif prennent le rôle de modèle, notamment dans la figure complémentaire du pilote et de l'hôtesse de l'air. La longévité de ces représentations forgées à la sortie de guerre atteste seule de leur succès, mais cette mise en scène ne peut susciter une adhésion totale.

On identifie dans certains discours d'époque un désœuvrement qui nous paraît étrangement d'actualité. Un entretien d'embauche d'une candidate hôtesse, qu'un journaliste

[526] Claire Duchen, « Une femme nouvelle pour une France nouvelle ? », *Clio* [En ligne], 1 | 1995, mis en ligne le 01 janvier 2005. URL : http://journals.openedition.org/clio/520 ; DOI : https://doi.org/10.4000/clio.520

[527] Bernard Friot, *Puissances du salariat : emploi et protection sociale à la française*, Paris, Éditions La Dispute, 1998, 314 p.

rapporte pour le journal *Combat*, est avertie par le recruteur d'Air France que ses motivations pour le voyage et pour l'aventure sont illusoires :

> « *Être hôtesse et faire du tourisme, ce sont deux choses tout à fait différentes. Quand vous ne volerez pas, vous serez sur un terrain d'aviation et je puis vous assurer que rien ne ressemble plus à un terrain d'aviation qu'un autre terrain d'aviation (...). Et quand vous volerez, ne croyez pas que vous pourrez en profiter pour admirer le paysage. D'abord parce qu'il n'y aura pas de paysage, et ensuite parce que vous aurez autre chose à faire* »[528].

Les énoncés fascinés qui accompagnent le développement commercial de l'aviation sont fortement contrastés par les vécus des acteur·ice·s de l'aviation. On retrouve l'expression de ces doutes au détour d'anecdotes, notamment lorsque le train de vie moderne se superpose à des moments collectifs plus traditionnels, comme les festivités de Noël. En racontant le vol Paris-Saïgon du 25 décembre 1951, un article de *L'Aurore* insiste sur la nostalgie qui règne en cabine, qu'un sapin préparé par l'hôtesse ne saura totalement dissiper[529]. L'ouvrage autobiographique Alix d'Unienville, consacré par le prix Albert-Londres en 1950, se conclut quant à lui par une réflexion profondément mélancolique, qui a le mérite de se lire en entier :

> « *Paris, Rome, Londres, New-York... New-York, Rome, Londres, Paris... Londres, Paris, Rome... le cercle des capitales nous garde prisonniers de sa ronde éternelle. Et cette ronde est si étroite et le rythme en devient si rapide qu'il nous semblera bientôt tourner follement sur nous-mêmes. Alors nous ne saurons plus que faire et défaire des valises, étant désormais partout et nulle part chez soi. Hélas, oui, nous souperons tout à l'heure à Rome et qui, aujourd'hui, penserait à s'étonner d'une vérité aussi banale ? Des quadrimoteurs géants ont remplacé les petits dakotas de mes débuts. Chaque jour apporte un nouveau progrès qui fait oublier les imprévus d'autrefois. L'avion est devenu aussi régulier que le train. Le mirage des grands voyages, qui, depuis le début du monde, n'avait cessé d'enchanter l'imagination des hommes, a disparu en ce siècle cruel et personne ne l'a dit. (...) Il n'y a plus, il*

[528] *Combat*, 15 mai 1947

[529] Robert Cusin, « Au dessus de Bethléem, les huit membres de l'équipage du Paris-Saïgon ont réveillonné à l'eau minérale », *L'Aurore,* 25 décembre 1951

n'y aura jamais plus de grands voyages, parce que l'espace est mort et c'est l'avion qui l'a tué. Nous vivons encore sur des illusions, mais, avant longtemps, il faudra bien nous rendre à l'évidence, il faudra bien abandonner des rêves qui n'auront plus cours, renoncer aux mythes qui nous furent si chers.

Comme cette lune, étalée là, m'apparaît soudain mensongère. Je me penche vers l'équipage, je voudrais leur dire : « C'est fini, le monde n'est plus ce que nous croyons, il n'y a plus d'aventure ni d'espace. Les départs sont absurdes, puisqu'il faut toujours revenir, puisque le bout du monde c'est justement l'endroit d'où l'on part. On nous trompe, cette lune et ces étoiles ne sont plus qu'un décor vide pour un rêve défunt. Les grands jeux humains sont joués... Il est trop tard, beaucoup trop tard, qu'allons-nous chercher encore ? »[530].

Alix d'Unienville éprouve sensiblement les discordances de la modernisation, censée subjuguer les imaginaires et ouvrir le champ des possibles, alors qu'elle, littéralement, tourne autour du globe enfermée dans un habitacle de métal. Alice Jahier, critique littéraire, célèbre ce récit « *à la résonnance prémonitoire* », mais s'étonne de la tristesse qui gagne l'écriture : si Alix d'Unienville, « *voyageuse de demain* », mesure « *les proportions insolites des distances aériennes et terrestres telles que le progrès (...) les proposera bientôt quotidiennement* », elle en mesure aussi les désillusions, la fatigue et confronte le lecteur « *à son propre vertige, à sa propre lassitude* »[531].

Cette fatigue et cette lassitude se retrouvent de manière plus prosaïque dans les luttes menées par le personnel navigant. Le personnel chargé du service à bord compose avec un environnement juridique et protocolaire totalement neuf : presque tout est à faire. Il est difficile d'objectiver comment les PCB conçoivent leur métier à cette époque, faute de matériel historique suffisant, mais il est certain que l'imaginaire de la profession est tiraillée entre les récits glorieux de l'aviation (qui mettent en scène l'exaltation de l'aventure et ses modalités coloniales) et la réalité difficile du service à bord, dans un milieu encore techniquement précaire. Le personnel de bord est largement à l'initiative de l'aménagement de son environnement professionnel. Les batailles syndicales engagées avec la direction révèlent combien la tension entre la fonction de sécurité à bord et la fonction commerciale est

[530] Alix d'Unienville, *opus. cit.*

[531] Alice Jahier, « Alix d'Unienvielle : *En vol, journal d'une hôtesse de l'air* », *Esprit,* mai 1950, n°5.

structurelle de la profession. Parce qu'ils sont plus nombreux et parce que leur possibilité d'évolution professionnelle n'est pas limitée par le célibat contractuel, ce sont avant tout les stewards qui déterminent l'agenda des doléances, auxquelles viennent adhérer les hôtesses. Ces dernières amorcent toutefois une spécification de leur condition, notamment à travers des revendications relatives à leur uniforme. Contrairement aux stewards, Air France exige de ses hôtesses un mode de présence bien plus englobant. L'entreprise cherche dès 1946 à codifier l'expression d'une féminité accentuée, alors que les stewards ne sont pas dépositaires du modèle masculin hégémonique. Faute de cadres féminins utiles à la formation des jeunes recrues, les quelques hôtesses qui résistent au rapide turn-over occupent vite des postes à responsabilité. C'est donc davantage autour de ces trajectoires individuelles, comme celle, notoire, de Solange Catry, qui se refuse à quitter le monde de l'aérien pour une vie domestique au sol, que la profession d'hôtesse de l'air commence à nouer un rapport de force indépendant avec la direction.

Perçue comme une grande nouveauté commerciale d'après-guerre, la figure de l'hôtesse de l'air s'insère rapidement dans les stratégies économiques des compagnies. Après une phase de reconstruction, Air France mène une bataille commerciale sur les lignes internationales. Les possibilités concurrentielles y sont limitées par les organismes internationaux et obligent les acteurs à déplacer leurs efforts sur le service en cabine. Au début des années 1950, les entreprises visent la fidélisation d'une riche clientèle occidentale, qu'il s'agit de capter à travers l'argument du confort et de la fiabilité. Les différentes productions d'Air France se saisissent encore largement de l'affect national, en accord avec les politiques de redressement de l'économie française : flatter le touriste est au centre de ses préoccupations commerciales. L'hôtesse de l'air, en tant que métonymie de la femme française, vient renforcer ces propositions sans pour autant occuper une place particulièrement centrale. Il importe davantage à la compagnie de standardiser son activité, dont la ponctualité, la sécurité et le professionnalisme sont des atouts majeurs.

CHAPITRE 2 : LES HÔTESSES, UN VISAGE PROFESSIONNEL DU PROJET MODERNE (1954-1960)

Notre deuxième chapitre commence sur un moment décisif dans la construction historique du personnel de cabine, celui de leur affiliation au statut de navigant. Cette séquence de professionnalisation correspond au changement de paradigme culturel de l'aviation civile. En venant soutenir les échanges économiques entre puissances occidentales, le voyage international incarne les promesses de la modernisation et s'impose comme un moyen de transport futuriste et prestigieux. L'hôtesse de l'air, en tant que projet de genre, accompagne ce moment de métamorphose, relativement court, mais bien identifiable en France.

Une première partie s'intéresse à la construction professionnelle du groupe PNC. À travers une mobilisation constante jusqu'en 1959, les syndicats revendiquent des compétences spécifiques propres à l'environnement aérien, notamment en terme de sécurité. Grâce à la valorisation de ses gestes professionnels, le personnel de cabine s'impose comme un acteur désormais incontournable d'une compagnie aérienne.

Une deuxième partie ouvre un volet davantage économique, qui évalue ce moment de professionnalisation au regard des nécessités concurrentielles. L'essor de l'aviation civile sur cette période se mesure par l'agrandissement du marché aérien sur la scène nationale et mondiale. Pour se dissocier de la concurrence internationale, chaque compagnie doit s'assurer de son identité commerciale. Le service à bord devient un levier incontournable de cette image de marque, qui se retrouve dans la gastronomie, la décoration ou encore l'esthétique du personnel de bord.

Notre troisième partie s'intéresse aux mutations culturelles de l'aviation civile sur cette période. Les campagnes publicitaires d'Air France mettent en avant la dimension moderne et progressiste de l'aviation civile. Cette modernité contient un projet culturel à vocation hégémonique, dans lequel nous identifions des propositions raciales et genrées.

Notre quatrième partie estime l'importance de l'hôtesse de l'air dans la publicisation de ce projet moderne. Nouvelle figure professionnelle, l'hôtesse de l'air dépend de scripts émotionnels de plus en plus détaillés. L'hôtesse d'Air France oscille entre glamour et respectabilité et c'est dans l'usage masculin de ses représentations que se dessine les contours du projet de genre moderne.

2.1. La lutte pour la reconnaissance professionnelle du PNC

L'appellation indigène Personnel Navigant Commercial date de l'été 1948, revendiquée par les stewards et les hôtesses du SNOAM lorsqu'iels défendent le projet d'un statut navigant face à la direction[532]. En revendiquant l'alignement des traitements salariaux entre les « techniques » et les « commerciaux », les hôtesses et les stewards coalisé·e·s cherchent à faire reconnaître des compétences professionnelles particulières, qui relèvent autant des gestes techniques propres au service en cabine que des gestes protocolaires relatifs à la sécurité.

2.1.1. La mobilisation historique du PNC

2.1.1.1. L'importance du statut navigant

Dans un mémorandum de 1951, la section PNC du Syndicat national indépendant d'Air France (le SNIAF[533]) annonce mener la bataille sur différents fronts[534]. Elle demande l'augmentation des primes de vol, des primes de congé, mais surtout de toucher la prime de nuit déjà attribuée aux PNT. Contrairement aux pilotes, la fatigue accumulée sur les vols long-courriers ne leur est pas reconnue, notamment sur le secteur d'Extrême-Orient (Paris-Beyrouth-Saigon). Or, pour des raisons de sécurité, le PNC doit prendre des quarts de surveillance en accusant la fatigue du décalage horaire. À la différence du reste de l'équipage, il ne bénéficie pas d'espace de repos. Deux hôtesses ont ainsi refusé de partir sur un vol Paris – New-York pour alerter sur des conditions de travail ne pouvant pas assurer leur sécurité en vol.

> « *Lors du vol Paris / New York du 23 juin dernier, l'appareil étant en difficulté de moteur aux environs de Shannon, le Commandant de Bord a donné l'ordre de prendre les dispositions de sécurité propres à un amerrissage ou à un atterrissage forcé. Le mécanicien a transmis aux membres du PNC l'ordre de se rendre à l'arrière et de s'attacher, ce que les*

[532] Conflit statut navigant, lettre du SNOAM à la direction, juillet 1948, *opus. cit.*

[533] En 1950, les PCB estiment être mal défendus par le SNOAM et se greffent au personnel Syndicat Indépendant de l'Aéronautique qui regroupe principalement du personnel au sol. Ils deviennent de plus en plus autonomes, jusqu'à former un syndicat spécifique en 1954, le SNPNC.

[534] Mémorandum du SNIAF, été 1951. Archives du SNPNC

Hôtesses et les Stewards n'ont pu faire aucun fauteuil ne leur étant réservé »[535].

Malgré deux lettres adressées à la direction, cette dernière refuse d'équiper ses appareils de sièges spécifiques. Selon M. Daurat, commandant du centre des opérations, les sièges Tubauto qui équipent les appareils depuis 1951 sont suffisamment efficaces (bien qu'ils ne représentent pas le confort des sièges en cabine, de son propre aveu[536]). Il ajoute qu'en cas de besoin, les PCB peuvent occuper les postes de repos du PNT au regard de la « *bonne camaraderie* ». Enfin, il est souvent dit que les hôtesses et les stewards peuvent utiliser les sièges disponibles dans les toilettes – à l'usage indifférencié entre l'équipage et la clientèle. À ce sujet, le SNIAF indique « *que de cet endroit il n'est pas possible de surveiller la cabine comme le prévoit le règlement et, qu'en cas d'accident la porte de communication risque d'être coincée empêchant, par-là même, la personne installée d'en sortir commodément et de porter secours aux passagers, ainsi que ses fonctions lui ordonnent* »[537]. Le problème de l'espace de repos révèle des tensions davantage structurelles : le PCB est considéré comme un acteur de la sécurité à bord, sans pour autant bénéficier d'un environnement sain pour exercer sa fonction. Le SNIAF perçoit dans ces enjeux la raison d'être de la compagnie, tournée vers « *la recherche d'une productivité maximum* »[538] au détriment de la sécurité de ses salarié·e·s.

D'autres éléments témoignent de cette dynamique contradictoire, inhérente au métier. Dans le mémorandum du 9 juillet 1952, les hôtesses du SNIAF insistent sur la nécessité de la gratuité de leur uniforme et sur l'extension de la prime de blanchissage[539]. Avec le déploiement de la classe Touriste en 1952, le service sur long-courrier augmente quantitativement : les risques de se tacher se font naturellement plus fréquents[540]. En demandant la gratuité de l'habillement, les PNC affirment que leur fonction de représentation doit être totalement prise en charge par l'entreprise. Les hôtesses, obligées de porter des bas, demandent également une allocation spéciale pour couvrir les frais de leur remplacement, très fréquent lorsqu'on évolue dans un univers métallique et étroit. Leur qualité professionnelle,

[535] *Ibid.*

[536] Lettre du centre de commandement d'Orly à Jean Lemaire, secrétaire général du SNIAF, le 11 juillet 1951. Archives du SNPNC.

[537] *Ibid.*

[538] Lettre du SNIAF à la direction, 12 juin 1951. Archives du SNPNC.

[539] Accordée depuis le 1er avril 1951, à la hauteur de 600 Francs.

[540] Mémorandum du SNIAF, 9 juillet 1952. Archives du SNPNC

reconnue notamment par leur capacité à porter l'uniforme, doit être valorisée au moyen de la gratuité de leur tenue de travail.

Une grande préoccupation du SNIAF concerne le système d'administration des salarié·e·s. Pour le syndicat, l'embauche de stewards auxiliaires viendrait fragiliser la profession : l'entrée indiscriminée de nouvelles recrues dévalorise le métier et empêche la titularisation du personnel plus ancien. Les vols commerciaux ont toujours répondu à une demande saisonnière très fluctuante. Dès 1948, on compte en moyenne 110 000 passager·ère·s d'été transporté·e·s par mois d'été contre 49 000 en hiver, sur l'ensemble des réseaux français[541]. En 1960, Air France totalise 2 033 771 ventes au troisième trimestre (juillet, août, septembre), contre 1 246 152 au premier trimestre (janvier, février, mars), soit une augmentation significative de 60% entre le creux hivernal et les vacances d'été[542]. Face à la demande estivale, Air France doit surtout aménager sa gestion du personnel. Pour l'année 1951, 97 stewards sur 253 sont engagés comme auxiliaires, ce qui représente près de 40% des effectifs[543]. Pour certains d'entre eux, leur contrat de travail temporaire est renouvelé tous les trois mois depuis un an, sans jamais faire l'objet d'une titularisation. Au 1er janvier 1953, seul 18% de l'ensemble du PNC est titularisé[544]. Au regard de celle situation, le SNIAF espère une reconnaissance professionnelle davantage pensée selon l'expérience en vol. Conditionné par l'accroissement saisonnier du trafic, ce système d'embauche permet à Air France de former des futur·e·s PNC sans engager les dépenses sociales en conséquence. Cette précarité de l'emploi pèse sur l'ensemble de la profession, où les salarié·e·s les plus expérimenté·e·s se sentent lésé·s. En témoigne la demande de systématiser les affectations des plus ancien·ne·s à Orly, centre névralgique des départs long-courriers et moyen-courriers. Travailler sur les lignes courtes au départ du Bourget est jugé moins motivant et s'intègre même au système de blâme comme l'indique le SNIAF : « *en cas de sanction, les personnels affectés aux lignes long-courrier et moyen-courrier se retrouvent sur les lignes européennes* »[545]. Le problème du renfort saisonnier persiste ; dans une lettre du 12 février 1952 à la direction générale, le représentant du groupement PNC Jean Lemaire dénonce l'embauche trop importante de

[541] Trafic aérien global des compagnies françaises sur l'année 1948, archive du ministère des transports et du tourisme, archives nationales, *opus. cit.*

[542] Bulletin statistique de l'aviation civile, SGAC, 1960. archive du ministère des transports et du tourisme, archives nationales, *opus. cit.*

[543] Mémorandum de juin 1951, *opus. cit.*

[544] Sur les 359 PNC, 276 sont classés comme personnel temporaire. D'après le bilan social de l'année 1952.

[545] *Ibid.*

nouveaux effectifs. Le syndicat préférerait une augmentation des heures supplémentaires pour assurer un solde plus élevé, sur le modèle salarial qui régit l'activité des PNT[546]. La direction refuse en invoquant le décret du 21 juin 1936 régulant le temps de travail, tout en assurant que les dérogations obtenues pour le PNT s'expliquent par les particularités de sa formation[547].

Les « anciens » (principalement des stewards puisqu'ils sont légalement autorisés à faire carrière du fait de l'absence de célibat contractuel) tentent de renforcer leur posture professionnelle à travers l'outil syndical. Le SNIAF se mobilise en vue de créer des certificats d'aptitude, qui fonctionneraient comme des marqueurs de qualité et des gages de professionnalisme. Il critique par exemple le manque de formation hôtelière dans l'embauche des stewards auxiliaires. À cause d'un manque de critères spécifiques dans la sélection, le métier est « tiré vers le bas ». De plus, malgré le flou relatif aux archives disponibles, il semblerait que la fonction de commissaire de bord soit reconvertie au profit de celle de Chef de cabine (CC) au courant de l'année 1951[548]. Sa reconnaissance est une demande du mouvement syndical. Ce dernier avorte un mouvement de grève après que la direction valide le statut – en plus d'une augmentation des salaires de 25%[549]. Le SNIAF demande alors que l'évaluation des stewards auxiliaires doit premièrement et avant tout être faite par les CC, *« seuls véritablement capables de juger professionnellement les hôtesses et les stewards avec lesquels ils travaillent »*[550]. Les syndiqué·e·s voudraient la création d'une qualification spécifique pour devenir chef de cabine. Cela permettrait de reconnaître et de valoriser le travail officieux non payé que réalise souvent le PNC : sur plusieurs secteurs, il n'y a pas de CC dans l'équipage, obligeant des « simples » hôtesses ou stewards à prendre en charge ses responsabilités, comme cela est indiqué dans le statut PCB concernant les commissaires de

[546] Lettre de Jean Lemaire, 12 février 1952, Archives du SNPNC

[547] Lettre de la Direction Générale au SNIAF, 12 mars 1952, Archives du SNPNC.

[548] Nous ne disposons pas de document officiel attestant de cette transformation. Le bilan social de 1951 (édité au début de l'année 1952) ne mentionne pas la fonction de CC et la hiérarchie reconnue du PNC se divise selon les grades suivants, du plus élevé au plus bas : chef PNC / cheffe hôtesse, chef steward / hôtesse, steward / hôtesse stagiaire, steward auxiliaire. En revanche, le statut apparaît très clairement dans le mémorandum du SNIAF de juin 1951. Sur son site internet, le SNPNC déclare que la création du statut est officialisée en 1956. De son coté, Maurice Delaigue situe la suppression des commissaires de bord en 1949 et l'apparition des chefs de cabine en 1951. Le désordre dans les archives existantes ne permet pas de voir clair sur la situation des statuts entre 1950 et 1954, où l'enchevêtrement des nominations PCB / PNC est confus. Cela témoigne en réalité de la grande activité syndicale de transformation des cadres du métier et de la progressive professionnalisation de ce groupe.

[549] Maurice Delaigue, *opus. cit.*

[550] Mémorandum de juin 1951, *opus. cit.*

bord (dont l'existence est maintenue officiellement dans le Journal Officiel du 1er juin 1955[551]).

Une autre modalité de la lutte syndicale se retrouve dans la demande de primes. Dans son mémorandum de 1951, le SNIAF revendique la revalorisation de la prime d'intéressement. La vente des prestations payantes est rétribuée à hauteur de 15% du total des ventes, divisé par le nombre de PNC officiant à bord du vol, sous la forme de bons échangeables. Comme la compagnie offre de moins en moins de produits marchands, le syndicat propose d'intégrer au calcul la valeur des denrées servies : en plus de gagner significativement plus, cela permettrait une reconnaissance du travail hôtelier effectué[552]. Le syndicat propose aussi l'instauration d'une prime de langue, sous gage de certification linguistique, dont la rémunération de 3000 francs (77 euros de 2024) encouragerait les PNC à se former aux langues étrangères et viendrait valoriser cette compétence[553].

Un dernier grand volet qu'ouvre cette période de construction professionnelle concerne l'embauche d'hôtesses étrangères. Favorable au déploiement de femmes allemandes sur les lignes européennes et de femmes brésiliennes sur le secteur d'Amérique du Sud, la direction d'Air France se heurte à une levée de bouclier inflexible. Le SNIAF argumente que, malgré le manque de diplôme spécifique, les méthodes de recrutement de la compagnie et la provenance sociale des candidat·e·s sont garants de la haute qualité de l'embauche, notamment pour les hôtesses dont le niveau de qualification attendu correspond au baccalauréat. De plus, selon les PNC syndiqué·e·s, la présence de personnel étranger risquerait de mécontenter une clientèle habituée au style et à l'ambiance « typiquement françaises » des lignes internationales. Jean Lemaire écrit même que « *le PNC français est réputé de classe* » et qu'il ne saurait être dévalué par « *des éléments ne possédant pas le standing professionnel recherché* »[554]. Derrière le souci de préserver ce que l'activité syndicale a pu consolider dans les années d'après-guerre, et notamment le statut PCB de 1948, on peut s'interroger néanmoins sur ce réflexe nationaliste. Les PNC doivent être les ambassadeurs de la francité. Si l'embauche d'hôtesses brésiliennes est renvoyé à son « inutilité » du fait d'une clientèle essentiellement francophone sur le secteur d'Amérique du

[551] Journal officiel du gouvernement de la république française, 1er juin 1955.

[552] Mémorandum de juin 1951, *opus. cit*

[553] Mémorandum du 9 juillet 1952, *opus. cit.*

[554] Lettre de Jean Lemaire à l'inspecteur en chef du département des moyens commerciaux, 21 avril 1952, archives du SNPNC.

Sud, le choix d'embaucher des Allemands réactive les blessures de l'occupation : la cohabitation forcée entre Français·e·s et Allemandes dans la même cabine « *ne contribuerait pas à améliorer l'ambiance de travail* ». Le syndicat conserve une position ferme vis-à-vis de cette stratégie commerciale, qu'elle réactualise dans son mémorandum de 1952 : « *nous maintenons l'opposition formelle à l'embauche d'éléments étrangers ou autochtones* »[555].

2.1.1.2. Le statut navigant de 1953 et ses limites

Le manuel du PNC édité au 1er janvier 1954 énonce que le personnel de bord est rattaché au statut du personnel navigant commercial de l'aéronautique. Statut édité par le Journal Officiel du 4 avril 1953, il confirme dans l'article premier que la qualité de navigant est reconnue aux hôtesses et stewards, de la même manière qu'elle est attribuée aux pilotes, aux mécaniciens de bord ou encore aux radios navigants :

> « *La qualité de navigant professionnel est attribuée aux personnes exerçant de façon habituelle et principale (...) le commandement et la conduite des aéronefs (...), le service à bord des moteurs (...), le service à bord des autres matériels montés sur aéronefs et notamment les appareils photographiques et météorologiques (...), les services complémentaires de bord qui comprennent notamment le personnel navigant commercial du transport aérien* »[556].

Pour autant, alors que le décret stipule l'obligation de diplôme, de brevet ou de licence pour exercer sa qualité de navigant, il ne nomme aucun document officiel qui intégrerait les PNC à ce système de qualification. Le long texte précise différents points (comme les modalités d'obtention des licences ou celles du contrôle de l'État sur les professions aériennes), mais il ne parle jamais spécifiquement des protocoles de service. Malgré tout, il annonce que l'ensemble de ce personnel navigant cotise à la caisse de retraite complémentaire instituée le 7 janvier 1952 par décret officiel[557]. Le PNC d'Air France possède donc un statut officiel bâtard, qui le renvoie à une qualité officielle de navigant en assurant son rattachement au système de pension spécifique, sans pour autant lui assurer l'ensemble des traitements salariaux des autres membres de l'équipage. En substance, l'absence de licence de vol spécifique est à

[555] Memorandum du 9 juillet 1952, *opus. cit.*

[556] Journal officiel du gouvernement de la république française, loi n°53-285 du 4 avril 1953.

[557] Journal officiel du gouvernement de la république française, 12 janvier 1952.

l'origine de cette nébulosité professionnelle : qui peut exercer ? Selon quelles conditions ? Quelle valeur prend alors la dénomination « navigant » si elle ne renvoie à aucune compétence légalement reconnue ? Ce flou juridique ne satisfait pas les salarié·e·s mobilisé·e·s, notamment lors du déploiement du Haviland Comet, le premier avion de ligne à réaction, célébrée par la présidence française lors de son achat en décembre 1952[558].

La mise en service du Haviland Comet sur les lignes d'Afrique du Nord et du Moyen-Orient suscite la polémique. Un groupement syndical interne à Air France proteste contre le régime de travail des PNC sur le nouvel appareil. Dans une lettre du 25 juin 1953, C. Courtois, dirigeant syndical, représentant d'un groupement autonome des PNC, écrit à la direction générale en insistant sur quatre points urgents : les congés payés, les heures supplémentaires, les primes d'habillement mais surtout l'élaboration rapide des statuts PNC au sein de l'entreprise, dont l'absence affecte grandement les protocoles de service sur les nouveaux appareils[559]. En ressentant « *une fatigue générale unanimement reconnue* »[560], les PNC attirent l'attention sur leur équilibre physiologique dangereusement menacé par le nouveau rythme de l'appareil : ils jugent que c'est compromettre la santé du personnel que de voler 85 h mensuelles sur un appareil à réaction[561]. Les salarié·e·s se mobilisent pour reconnaître un forfait horaire aligné sur celui des PNT, à savoir une limitation à 60h de vol, au-delà desquelles tout travail doit être comptabilisé comme heure supplémentaire et par conséquent majorée[562]. Si on ne peut engager davantage d'archives autour des luttes syndicales relatives au Comet, dont l'existence chez Air France fut aussi courte qu'oubliée[563], nous pensons qu'il a agit comme un catalyseur des luttes PNC en cours, prouvant encore une fois la nécessité d'étudier les dynamiques sociales au prisme de leur environnement technique. À la suite de cette mobilisation, l'activité syndicale se fait plus intense et le ton se durcit. Une lettre adressée à la nouvelle direction ne pose aucune revendication, mais pointe « *le malaise grandissant* » et souhaite que les cadres supérieurs, silencieux depuis février

[558] « Le premier Comet a été baptisé au Bourget », *Le Monde,* 25 décembre 1952.

[559] Lettre de C. Courtois pour le groupement PNC, 25 juin 1953, archives du SNPNC.

[560] Lettre de G. Larcade *opus. cit.*

[561] Lettre de G. Larcade, représentant un groupement PNC du syndicat indépendant d'Air France, 26 octobre 1953, archives PNC.

[562]Lettre du Groupement du PNC à la direction générale, 22 avril 1954.

[563] Malgré le succès que connaît l'avion (plus de 85% de remplissage sur les lignes de l'Union Française), Air France le retire de son exploitation après avoir acheté 3 appareils : l'accident survenu le 12 janvier 1954 sur une ligne anglaise assombrit considérablement l'avenir de l'avion. Rapport d'activité d'Air France de 1953, archives du musée Air France.

1954, prennent conscience « *de la gravité de la situation et mette tout en œuvre rapidement pour régler favorablement et rapidement les problèmes concernant* » la profession[564]. La direction, en plus du problème de sécurité publique que pose le Comet, doit assumer la marge d'improvisation avec laquelle elle organise la vie salariale des PCB. Il semblerait que la rénovation des statuts s'impose dans un soucis de cohérence avec la croissance du trafic aérien, l'élargissement des lignes internationales et les nouveaux apports technologiques.

Suite à la nomination d'Henry Ziegler comme directeur du cabinet du ministre des transports en 1954, Max Hymans concentre alors le poste de président et de directeur général. Il profite de ce remaniement pour publier ce qu'on pourrait appeler une « lettre de confiance » à l'ensemble du personnel d'Air France. Il mentionne sans les nommer les tensions qui paralysent les négociations, en appelant à « *la conscience, la bonne volonté et l'initiative de tous* » comme ciment du devenir collectif de l'entreprise, qui ne saurait souffrir des intérêts corporatistes de chacun. Il annonce paradoxalement la nouvelle importance politique que prend le groupement PNC, en mentionnant la chose suivante :

> « *Le secret de la réussite est dans la pleine satisfaction de la clientèle ; le passager qui nous a librement choisi désire la régularité des départs et la qualité du service. Il faut les lui offrir ainsi que la vigilante attention de nous tous (...). Toutes les compagnies de transport aérien offrent aujourd'hui à leurs passagers de remarquables transports. Nous devons y ajouter ce par quoi se marque la proverbiale qualité française* »[565].

Si les pilotes restent les acteurs privilégiés du dialogue social, les stewards et les hôtesses sont amené·e·s à occuper un espace de plus en plus conséquent, notamment sur la scène médiatique et dans le rapport de force qu'iels nouent avec la direction d'Air France.

2.1.1.3 La reconnaissance des qualités professionnelles des PNC

[564] Lettre du Groupement du PNC au président directeur général, 23 mars 1954.

[565] Lettre de Max Hymans au personnel d'Air France le 23 février 1954

La mobilisation paye le 25 mai 1955, lorsque un arrêté conditionne l'exercice du métier de navigant commercial à l'obtention du Certificat de sécurité et sauvetage (CSS)[566]. Son objectif principal est de former le personnel de bord à la gestion des accidents, encore nombreux au début des années 1950 (voir graphique n°11). Air France adapte alors son embauche à cette licence d'un nouveau type, attestant de manière indépendante des capacités relatives à la sécurité à bord d'un aéronef. C'est effectivement des examinateurs du SGAC qui délivrent le certificat. Le texte officiel l'annonce sans équivoque :

> « *Le certificat de sécurité et sauvetage permet à son titulaire d'exercer, à bord d'un aéronef, les fonctions dévolues aux personnels affectés aux services complémentaires de bord et notamment au personnel navigant commercial du transport aérien : commissaires de bord, hôtesses de l'air, stewards* (…) *Le jury, désigné par le secrétaire général à l'aviation civile et commerciale, arrête les modalités des épreuves, note les candidats et décide si certaines épreuves doivent avoir lieu au sein des compagnies aériennes* »[567].

Les candidat·e·s au CSS peuvent se présenter aux épreuves s'iels réunissent un certain nombre de prérequis, notamment physiologiques et médicaux, détaillés dans les annexes de l'arrêté du 13 novembre 1953, qui organise la distribution des licences et des brevets de vol. L'audition, la vision et « *l'aptitude générale* » sont jugées par un corps médical spécialisé dans l'aéronautique, au même titre que les pilotes. Le fait que les corps soient jugés par la même institution que les pilotes confère immédiatement au PNC une notion de professionnalisme, que ne pouvait leur offrir la visite médicale obligatoire devant les services d'Air France – qui, du reste, est maintenue même après obtention du CSS.

L'examen, organisé par l'École nationale d'aviation civile (ENAC), se divise en trois branches : une épreuve de natation coefficient 1 (dont sont exemptes les personnes certifiées par la Fédération nationale du sauvetage), une épreuve de secourisme coefficient 2 (à laquelle ne participent pas les personnes formées à la Croix-Rouge) et une épreuve de sécurité et sauvetage coefficient 3. Cette dernière correspond à un examen théorique, dans lequel sont mobilisées des connaissances spécifiques au champ aéronautique : système de sécurité anti-incendie, matériel à disposition en cas d'incident, utilisation des moyens de

[566] *France-Aviation*, n°96, novembre 1962

[567] Journal officiel du gouvernement de la république française, 1er juin 1955, p. 5560

signalisation et de communication, etc. Valider le CSS implique d'avoir une certaine expérience, car il faut pouvoir justifier 100 heures de vol passées à bord d'un aéronef. Le CSS reconnait des capacités socialement prestigieuses, comme savoir prendre en charge des accident·é·es (type de blessures, premiers secours, etc.), déployer des moyens de sauvetage en pleine mer, sécuriser un accouchement en vol, organiser la survie en terrain désertique ou encore plonger et nager en apnée sur quelques mètres. Ces connaissances sont réactualisées en permanence et, dans un premier temps, médiatisées. Le stage de sauvetage en mer organisé par le centre d'exploitation d'Orly (section de formation de perfectionnement du PNC) est retranscrit dans la revue d'entreprise et un public assiste aux démonstrations en piscine, dans le cadre de la manifestation organisée par les maitre nageurs et sauveteurs de France[568]. Les méthodes d'enseignement d'Air France aux stagiaires sont validées par le SGAC. L'article de *France Aviation* insiste particulièrement sur la fréquence élevée des stages de remise à niveau et sur le professionnalisme des formateurs.

M. Le Houerou, chef du service sécurité et sauvetage, présente pour la revue d'entreprise l'importance des qualifications sécurité du personnel navigant. Outre le CSS, dont l'obtention est conditionné à un stage de 8 jours, sa section organise des stages de survie en milieu isolé afin d'améliorer le matériel et les protocoles : en 1955, la mission Acajou amène un équipage à passer quatre jours et quatre nuits en jungle équatoriale dans le massif du Mayombe au Congo, la mission Gazelle se déroule en mai 1956 dans le désert au nord de Gao au Soudan, en 1958 le stage se passe en Alaska à l'occasion du déploiement de la ligne polaire Paris-Tokyo, etc.[569]. Avant d'intégrer un secteur de vol, chaque PNC reçoit des feuillets d'instruction qui détaillent le plan de vol. On y trouve l'organigramme hiérarchique, l'organisation du planning (rotation, réserve, etc.) ainsi que certaines révisions sur les protocoles de sécurité[570]. La division à la qualification du PN d'Orly dédie un document entier au « *cours survie* », dans lequel le PNC récemment formé approfondit ses connaissances. On lui indique par exemple de faire le recensement immédiat des vivres et de l'eau en cas de crash dans le désert, que le phénomène de déshydratation peut-être perçu chez les fumeurs lorsqu'ils sont atteints de nausée, ou que les canots de sauvetage font de très bons abris du soleil. On lui décrit dans une autre section comment s'échapper d'une jungle, en suivant les cours d'eau et en s'isolant du sol pour dormir. Le manuel développe des tactiques de survie

[568] *France Aviation,* n°17, avril 1956.

[569] *France Aviation,* n°96, novembre 1962.

[570] Notice n°2, information avant la mise en ligne. 1965, musée Air France.

rudimentaires en milieu polaire ou en pleine mer[571]. Loin d'être une expertise en sauvetage en milieu isolé, ce genre de contenu confère toutefois aux navigant·e·s un gage de professionnalité. À défaut d'êtres appliqués, l'apprentissage des protocoles de survie valorise les métiers navigants, en leur prêtant cette aura historique que les récits d'exploration coloniale ont construit dans la culture occidentale. Un chef de cabine avisé n'aura pas de mal à expliquer, au passager un peu sceptique, qu'en cas de dérive en haute mer il est déconseillé de manger le foie d'un poisson cru, même si sa chaire est très bonne. À ce bagage formel s'ajoute l'expérience du voyage, la bonne connaissance des destinations d'escale où se rend la clientèle, des connaissances aéronautiques complètes ou encore le « pied aérien », soit l'ensemble des compétences qui caractérisent l'éthos du navigant. Comme on l'a vu, c'est le commandant de bord qui incarne au maximum cet éthos, en exprimant culturellement le plus haut degré de sang-froid, de responsabilité et de savoir-faire. Pour autant, les PNC étant en contact prolongé avec les passager·ère·s, iels doivent être capable de performer ce mode de présence, ne serait-ce que de manière implicite, afin de s'assurer de la confiance de la clientèle.

Une autre marque de la professionnalisation des PNC s'identifie dans l'amélioration de leur formation. En s'inspirant du passage de la célèbre baleine « Jonas » dans les rues de Paris, « *cousin noir de Mobby Dick* » tout en mécanique[572], Air France organise le montage d'une maquette éponyme. Grandeur nature, cette carlingue de Super Constellation doit accueillir les nouvelles recrues PNC à partir de 1955. Elle fonctionne « *comme une serre spéciale pour jeunes filles volantes* » où tout leur est enseigné, « *depuis l'art du maquillage jusqu'aux règles de l'obstétrique* » selon la presse[573]. Après leur formation, les candidat·e·s doivent simuler un vol dans le ventre d'acier. L'examen dit de plateforme est éliminatoire et il permet à l'encadrement de juger des gestes techniques, de la spontanéité relationnelle et du respect des protocoles de sécurité[574]. Lors de la mise en scène, chacun·e des examinateur·ice·s campe sur des positions stéréotypées d'une clientèle exigeante : le passager inquiet, le passager affamé, « *la dame qu'une erreur de réservation a séparé de son mari* »[575], le

[571]Cours survie, édition n°2 du 30 juillet 1965. Musée Air France.

[572] C.S., « La baleine motorisée « Jonas » est arrivée dans les rues de Paris », *Le Monde*, 26 septembre 1953.

[573] C. « Des jeunes filles volantes sont cultivées dans une serre nommée Jonas », *Le Monde,* 26 mai 1955.

[574] *France-Aviation,* n°4, mars 1955.

[575] *France-Aviation,* n°15, février 1956

grincheux, etc. Il s'agit de mesurer et de fabriquer le savoir-être de l'hôtesse de l'air et du steward en cabine.

Le manuel du PNC édité en 1954 réactualise les cadres d'exercice, à la manière du manuel PCB de 1948. Les premiers chapitres définissent l'environnement institutionnel du PNC : historique de l'aviation commerciale, élaboration des protocoles de vol, annuaire des compagnies internationales, synthèse des juridictions qui réglementent l'aviation, organigramme d'Air France, etc. Ces premières pages donnent la sensation d'une entreprise mature et en pleine croissance, dans laquelle le PNC joue un rôle précis et incontournable. Ce rôle se définit de la sorte :

> *« Le PNC est l'instrument de liaison entre les passagers et le Commandant ou les divers services de la Compagnie. Il doit faire preuve dans l'accomplissement de sa tâche d'amabilité, de tact, de dévouement, d'intelligence et de discrétion. Le PNC doit mettre tout en oeuvre pour que le passager conserve de son voyage un souvenir plein de charme qui l'incite à accorder sa préférence à la Compagnie »*[576].

Malgré la technicité de l'environnement professionnel que le livret détaille exhaustivement, le personnel de bord est largement ramené à sa fonction commerciale – même si l'encadrement mentionne en premier lieu leur rôle de sécurité lorsqu'il liste les fonctions constitutives du PNC.

Les gestes techniques sont largement plus détaillés dans le manuel PNC que dans son homologue de 1948. Les différents protocoles du service à bord sont durcis. Le PNC doit observer le vol, relater tous les incidents ayant pu se produire, donner son avis sur les réclamations qui lui sont faites. Il est tenu de faire l'inventaire du matériel de commissariat et de la « *sacoche documentation* » (informations touristiques, état des lieux de l'hôtellerie en fonction des escales, plans de cabine, plans de soute, états de chargement, cartes de route, fiches de position, etc.). Du fait de la modernisation des cabines, le manuel compose également avec les nouvelles dispositions techniques : chauffage, pressurisation, ventilation, appel passagers, communications intérieures… Les fauteuils qui équipent certaines lignes peuvent se transformer en lit. Le manuel détaille les gestes techniques que nécessite la

[576] Manuel du PNT du 1 janvier 1954, archives du musée d'Air France.

manipulation des couchettes (voir figure n°9). Le PNC doit savoir utiliser les différents systèmes de réfrigération placés à l'intérieur de l'office (carboglace, glace vive ou groupe réfrigérateur).

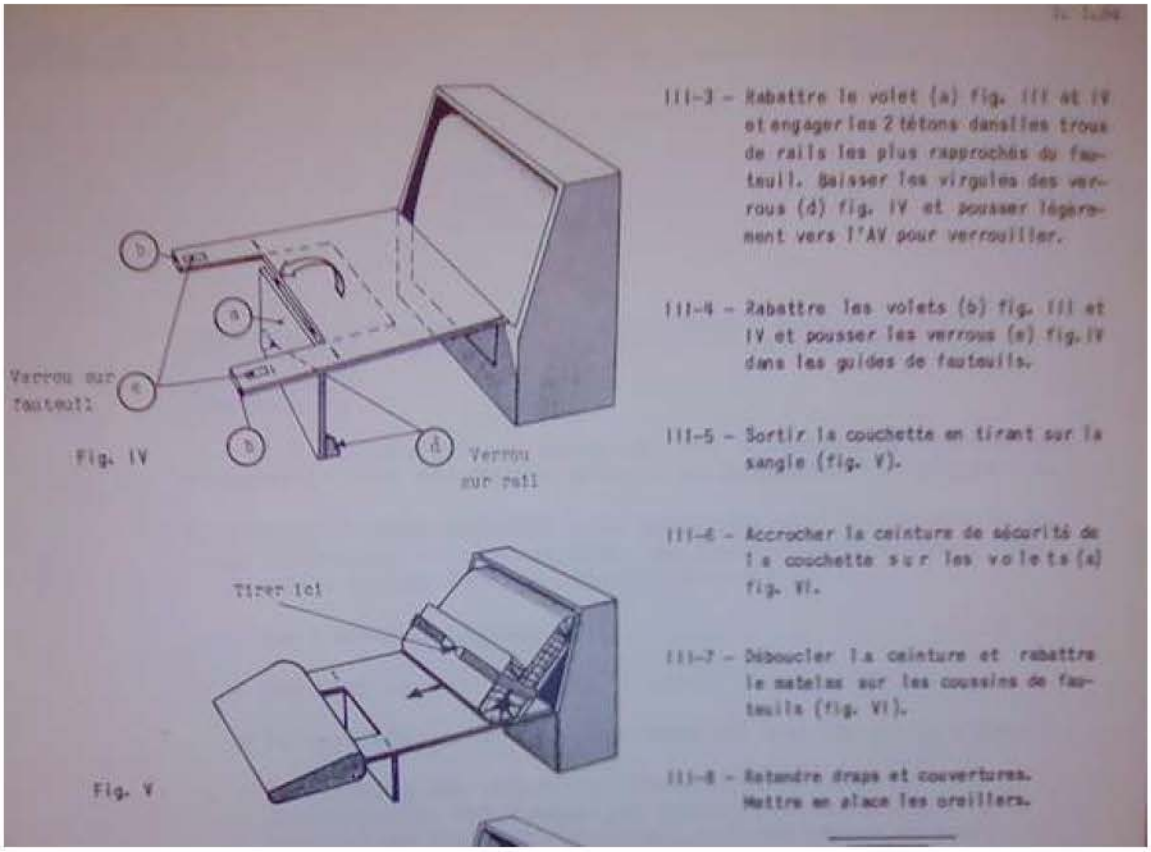


Illustration n°9 : la technicité grandissante des gestes de service, extrait du manuel PNT de 1954

À la modernisation des cabines s'ajoute logiquement la modernisation des espaces de service. Dans le galley du Lockheed « Super Constellation », présenté comme innovant et moderne, le PNC trouve six récipients isolés thermiquement pour les jus, le thé ou le café, des étagères amovibles, quatre logements pour les « *armoires à plateaux* » (tables roulantes)[577]. Le service commissariat devient un secteur industriel à part entière. À Orly, un bâtiment de 16 000 m^2 s'occupe de l'approvisionnement en vivres, en boissons et en repas cuisinés. Le secteur embauche 200 personnes en 1955, préparant une moyenne journalière de 3000 plateaux repas, sans compter la « mise en armoire » de 5000 verres, 3500 tasses et la répartition quotidienne de plus de 1500 journaux. La clientèle Air France consomme mensuellement 8 tonnes de poulet et 2 tonnes de beurre, répartis en plus de 26 000 repas

[577] *France Aviation*, n°26, janvier 1957.

chauds et 15 000 repas froids[578]. L'aménagement, la préparation et le service dans des espaces confinés et soumis aux turbulences sont des gestes qui intéressent particulièrement les instructeur·ice·s qui déjeunent dans Jonas et surveillent l'équilibre des jeunes recrues PNC[579]. Ce nouveau système de sélection, matérialisé grâce à la maquette taille réelle, permet en définitive d'assumer la technicité que requiert la profession navigante dans la conduite d'un service.

Le PNC doit connaître tous les services fournis par la compagnie. Il lui appartient, par exemple, de prendre contact avec les chemins de fer pour garantir le bon transfert de la clientèle et la qualité de son repas. C'est à lui d'indiquer au maitre hôtel du wagon-restaurant les préférences de la clientèle « *pour assurer un excellent service de repas (avec vins)* »[580]. Concernant les différentes catégories des prestations gastronomiques, le manuel propose pas moins de 12 pages avec schéma à l'appui. La disposition sur plateau, en fonction qu'ils soient de métal ou de plastique, la présentation des différents menus, la gestion des vins ou encore les temporalités de service relèvent – pour un lecteur profane – d'une grande technicité. L'organisation des repas à bord est également codifiée, depuis le préchauffage de l'eau pour le café ou la disposition des tablettes (qu'on laissera jusqu'au digestif sur certaines lignes).

C'est en vue d'assurer la qualité de ces gestes qu'Air France crée un partenariat avec l'école hôtelière de Thonon-les-Bains en 1956, suivant l'exemple précurseur d'une compagnie danoise. D'après Jean, ancien chef de cabine retraité en 1993, la rencontre avec les jeunes danois en formation à Thonon a été le déclenchement de sa vocation. Les compagnies aériennes françaises s'intéressent alors, par mimétisme concurrentiel, au recrutement de stewards à la formation hôtelière irréprochable. L'école lémanique réputée s'adapte aux exigences d'un nouveau cursus, et Jean se souvient d'avoir finalisé son cursus par une formation proprement aéronautique :

> « *Il fallait plus d'anglais, plus d'une seconde langue, des cours sur l'historique de l'aviation, des termes techniques en anglais et un début d'apprentissage du travail avion. Il y avait une fausse cabine d'avion avec des sièges qu'ils avaient ramené d'Air France et on faisait un simulacre de service en vol. Cet*

[578] *France Aviation,* n°19, juin 1956.

[579] *France Aviation*, n°25, *opus. cit.*

[580] Manuel du PNC, *opus. cit.*

exercice était agrémenté d'une projection sur écran d'un travail de groupe sur un sujet géographique : le Brésil, le Japon, etc… Pendant ce petit repas qui était supposé être un repas en vol, les camarades commentaient les images sur écran sur le sujet qu'ils avaient préparé »[581].

Jean se souvient qu'on le formait également, avant son embauche chez Air France, à l'attitude servicielle. L'école hôtelière en faisait un critère de l'excellence de son diplôme, et il fallait maîtriser « *la tenue vestimentaire, la démarche, le comportement, les gestes, le contact, l'approche* ».

Ce qui surprend à la lecture du manuel PNC, c'est en effet le net effort de l'encadrement dans la standardisation des techniques de corps. Les gestes, les positionnements, les intonations, soit tout ce qui relève du langage corporel et du mode de présence, est décrit et adapté aux différentes phases de vol. Le décollage doit ressembler à « *une réception de quelques heures dans un hôtel volant* », dont le déroulé est savamment orchestré depuis « *le ramassage des manteaux et des imperméables* », qui se fait dès le départ du parking[582]. Le discours de bienvenue ne doit laisser aucune place au doute ou aux incertitudes. L'ensemble des prises de parole est par ailleurs entièrement rédigé par la compagnie à la manière d'un script de théâtre, en français, en anglais ou en espagnol. Plus marquant encore, ce sont les quatre pages qui détaillent les comportements à adopter sous la forme d'une liste. On y retrouve une vingtaine d'injonctions de ce type :

« *Ne jamais faire de réponse arrogante ou cavalière, quelle que soit la stupidité de la question posée (…)*
Regarder franchement la personne avec qui l'on parle (…)
Eviter de se mettre en avant, se montrer très intéressé par ce que dit l'interlocuteur, ce qui lui donnera le sentiment flatteur d'être important (…)
Ajouter toujours « Monsieur » ou « Madame » à un « oui » ou à un « non » (…)
Ne pas lire une revue par-dessus l'épaule de quelqu'un (…)
Les gestes exubérants sont déplacés »[583].

[581] Entretien avec Jean, *opus. cit.*

[582] Manuel du PNC, *opus. cit.*

[583] *Ibid.*

La standardisation des gestes de service répond à une double nécessité : la recherche de valorisation professionnelle et l'importance croissante qu'Air France accorde à son personnel commercial. Tout en reconnaissant l'importance des gestes secouristes ou médicaux via le CSS, la direction investit davantage le champ de l'attitude servicielle. Plus cette dernière est complexe, plus la performer relève d'une grande qualité professionnelle. Pour autant, c'est bien le rôle commercial du PNC qu'il s'agit de fortifier, au détriment de sa fonction sécuritaire. Cet accent mis sur les capacités relationnelles des PNC annonce la féminisation des qualités professionnelles du service en cabine ou, plus précisément, l'effort managérial placé dans la féminisation de l'éthos professionnel, sur lequel nous allons revenir dans un troisième chapitre.

2.1.1.4. La finalisation du statut PNC par le décret de 1959

Malgré les signes encourageants envoyés par l'État, le bras de fer avec la direction d'Air France n'est pas terminé. Le groupement « autonome » de PNC qui mène la lutte syndicale au sein de la SNIAF depuis 1950 se consolide autour d'une nouvelle structure syndicale. Davantage combatif, le SNPNC (Syndicat national du personnel navigant commercial) naît en 1954[584]. Les métiers navigants se sentent menacés dans leur spécificité par la mise en place des nouveaux textes relatifs à leur traitement salarial. Le protocole d'accord de 1952 permettait de maintenir un rapport hiérarchique entre les salaires du personnel navigant et du personnel non navigant. Il valorisait largement les premiers, car il leur octroyait automatiquement les augmentations salariales du personnel au sol (notamment la prime de productivité) en plus de leur verser des primes spécifiques (prime de vol, prime sur nouvel appareil, etc.). D'une durée initiale légale de trois ans, le protocole n'arrive à sa fin qu'en décembre 1956 grâce à l'action pilotée par le SNOAM, qui réussit à le prolonger d'un an[585]. La direction d'Air France rédige alors un nouveau texte et cherche à homogénéiser le système de prime, de façon à calculer la même variation relative des salaires pour l'ensemble des effectifs. Le 26 juillet 1957, l'augmentation de 1320 francs (32 euros de 2024) de la prime de productivité pour l'ensemble des salarié·e·s de la compagnie pose problème à

[584] D'après le site internet du SNPNC. Nous n'avons malheureusement pas trouvé les archives qui expliquent les raisons de cette scission ; le syndicat actuel mentionne un manque de radicalité et une perspective trop centrée sur Air France.

[585] Projet de protocole sur le maintien de la hiérarchie des salaires PN – PNN, 3 juin 1957, SNOAM. Archives du SNPNC.

l'intersyndicale navigante : elle dénonce une attribution non discriminante[586]. De leur côté, les PNT défendent une indexation de leur prime sur leur coefficient hiérarchique, à savoir proportionnelle à leur grade et à leur salaire. Le conflit perdure sans trouver de solution, puisque dans une nouvelle lettre du 20 janvier 1958, l'intersyndicale attaque le silence de la direction face aux projets alternatifs de protocoles proposés par le SNPL (Syndicat national des pilotes de lignes)[587]. Pierre Barbier, nouveau secrétaire général du SNPNC, annonce même une possibilité de durcissement du conflit « *dont les conséquences pour* [la] *compagnie seraient lourdes* »[588]. Le SNPNC saisit la commission de conciliation des conflits du travail en février 1958, suite au refus de la direction d'appliquer la proportionnalité de la prime de productivité au personnel navigant[589]. Loin d'être anecdotique, la défense corporatiste d'un système de prime relève d'une défense de l'identité professionnelle. Le fait que le SNPNC participe au conflit de manière indépendante mais coordonnée avec les autres syndicats est un bon témoin de l'évolution du groupe PNC au cours des années 1950, fort de sa nouvelle spécificité navigante et autonome dans ses revendications.

Le conflit autour des primes débouche sur la signature de nouveaux textes réglementaires. Le règlement du 20 avril 1959, fixant les conditions de travail et de rémunération du PNC, est l'aboutissement d'une décennie de construction de la profession. Rédigé par la direction du personnel et signé par le SNPNC, le texte « *annule et remplace toutes dispositions antérieures traitant du même objet à son entrée en vigueur fixée au 1 er mai 1959* »[590]. Il vient fixer les conditions de travail du personnel titulaire. Il exclut en conséquence les stagiaires et les PNC contractuel·le·s engagé·e·s pour une durée de moins de six mois et le personnel embauché à l'étranger. Le texte consacre notamment les ajustements salariaux : prime de vol, primes de nuit, prime de productivité, prime de fin d'année, prime d'intéressement calculée sur les ventes menées à bord, prime mensuelle d'éloignement, indemnité de séjour d'escale (déplacements, repas sur la base d'un forfait, « *menues dépenses* » remboursées à hauteur de 20% de l'indemnité repas), indemnité de blanchissage (vestes stewards et robes d'été des hôtesses), et une prime d'accompagnement des passager·ère·s par voie de surface en cas de déroutement. Ces apports sont indépendants du

[586] Lettre du SNPNL et du SNOAM à la direction, 27 septembre 1957. Archives du SNPNC.

[587] Lettre du SNPNL et du SNOAM à la direction, 20 janvier 1958. Archives du SNPNC.

[588] Lettre du SNPNC à la direction, 15 janvier 1958. Archives du SNPNC

[589] Lettre de Pierre Barbier au SNPNC, 13 février 1958. Archives du SNPNC

[590] Règlement des conditions de travail et de rémunération PNC. Document de la Direction d'Air France, 20 avril 1959. Archives du SNPNC

grade, mais ils sont indexés au niveau de salaire. Grâce aux mobilisations du personnel, la période d'essai est désormais prise en compte dans le calcul de l'ancienneté.

Autre témoin de l'importance de l'activité syndicale sur la période, le règlement consacre quelques paragraphes au cadre légal de son exercice : représentation, délégation, diffusion des bulletins (*a priori* « *libres* » s'ils n'engagent pas la réputation de la Compagnie vis-à-vis de la clientèle), etc. Signe d'une nouvelle maturité professionnelle, la hiérarchie PNC est officialisée, ce qui permet de clarifier des fonctions qui manquaient auparavant de définition légale, notamment celle de chef de cabine ou d'instructeur[591]. La profession se divise en deux blocs : le personnel d'exécution et le personnel d'encadrement. Dans le premier évoluent les stewards, les hôtesses et les chefs de cabine. Le deuxième se divise en trois grades à l'autorité croissante : instructeur, chef Steward / cheffe Hôtesse et chef PNC.

Le statut affirme la qualité de navigant du PNC en leur consacrant des fonctions particulières. En plus de préciser le cadre essentiel de sa mission – qui est d'assurer l'accomplissement des voyages –, le règlement annonce des devoirs de sécurité, de régularité et de respect du service public. Le PNC a par conséquent l'obligation de travailler au développement de ses qualités professionnelles (comme l'actualisation de ses connaissances du matériel de sécurité ou d'hôtellerie), ce qui se traduit par le suivi obligatoire des stages de formation mis en place par la compagnie. Le PNC est également tenu de respecter les règlements, les incitations hiérarchiques, les protocoles d'habillement et il doit impérativement faire preuve de gentillesse à l'égard de la clientèle. En plus d'une obligation statutaire à la bienveillance envers cette dernière, le texte insiste sur son rôle d'égérie commerciale : « *le PNC peut être appelé à prêter son concours à des manifestations organisées par la Compagnie lorsque celle-ci estime que sa participation constitue un élément de propagande* »[592]. Hôtesses et stewards doivent porter la tenue de la compagnie de manière irréprochable. Des standards spécifiques fixent la présentation physique et l'utilisation d'accessoires. Une close de discrétion professionnelle est également ratifiée : le PNC doit s'abstenir d'émettre des jugements défavorables ou nuisibles à la Compagnie.

[591] Lettre de P. Barbier concernant le Personnel sur le Secteur Afrique / Lettre adressée à la Direction du Personnel 5 aout 1957

[592] Règlement des conditions de travail et de rémunération PNC, *opus. cit.*

À nos yeux, le règlement de 1959 est une résolution institutionnelle au problème de l'identification professionnelle du personnel de cabine sur la séquence. Si la fonction commerciale du PNC y apparaît comme une évidence, elle est désormais encadrée par un ensemble de dispositions légales (engagement, hiérarchie, formation, primes) qui lui confère une certaine aura de respectabilité. Grâce à l'action syndicale, les PNC ont réussi à faire valoir leur fonction sécuritaire, mais iels se sont également assuré·e·s de valider un savoir-faire spécifique au métier de service. Ce texte devient, en substance, une base inamovible de la profession, à laquelle s'ajoute au fur à mesure un ensemble de protocoles de vol chaque fois qu'un nouvel appareil est mis en service.

2.1.2. Les discriminations genrées du statut PNC

Une mémoire indigène aime se souvenir de cette phase de professionnalisation comme un signe de modernisation des rapports de genre au travail[593]. Hôtesses et stewards, rassemblé·e·s sous le même statut, ne bénéficient pourtant pas d'un traitement paritaire. On retrouve une différenciation sexuée à tous les niveaux, notamment dans l'évaluation des capacités techniques. Par exemple, pour maintenir la validité du CSS, les femmes doivent se présenter tous les 6 mois devant la commission chargée d'évaluer les aptitudes mentales et physiques, tandis que les hommes sont soumis à une périodicité annuelle. Le texte officiel ne détaille pas la raison de ce choix. Discrimination plus marquée encore, les hôtesses n'ont pas les mêmes possibilités de carrière. Le célibat contractuel est maintenu dans la plupart des compagnies aériennes européennes, mis à part la compagnie scandinave SAS et la compagnie yougoslave JAT Airways. Si l'âge de départ à la retraite des femmes passe de 35 à 40 ans en 1954, les hommes peuvent quant à eux voler jusqu'à 50 ans. Cela pose un problème structurel d'accès aux pensions de retraite, car le droit à cette dernière ne s'ouvre qu'après 15 ans de service. Or, d'après l'étude de Pierre Serval, la plupart des hôtesses volent en moyenne 3 ans chez Air France et la plupart ne dépassent pas 6 ans d'exercice[594]. Il faut attendre 1958 pour que Nicole Mouqot soit la première hôtesse à dépasser les 10 000 heures de vol[595]. La longévité des stewards est à l'inverse beaucoup plus élevée. Sur les départs à la retraite prévus entre 1960 et 1970, la compagnie annonce que 56 hôtesses devront quitter Air France contre 31 stewards, alors que ces derniers sont plus nombreux[596]. D'ailleurs, dans son combat pour

[593] Entretien avec Anne, réalisé chez elle à Paris, le 4 mars 2020, durée 2h12.

[594] Pierre Serval, *Hôtesses de l'air*, Reportages, 1959, 166 p.

[595] *France Aviation*, n°49, décembre 1958.

[596] Bilan social de 1959, *opus. cit.*

allonger la carrière des hôtesses qu'elle mène en compagnie de deux autres cheffes hôtesses hors des cadres syndicaux, Solange Catry dénonce le sexisme de l'encadrement :

> « *Une misogynie larvée et la sécurité donnée par un contrat expirant avec la cinquantaine rendait ces vaillants phallocrates totalement imperméables à nos problèmes. Mieux, ils y trouvaient leur avantage. Rares étaient les hôtesses qui faisaient carrière, plus rares étaient celles qui accédaient aux postes d'encadrement et leur élimination à 35 ans était une aubaine* »[597].

À terme, une hôtesse est reclassée au sol. Solange Catry dit avoir réussi à échapper au travail d'accueil pendant 6 ans d'affilée, obtenant à chaque demande une dérogation de report de sa retraite. Si la compagnie acceptait à contrecœur, c'était finalement une manière d'assurer l'encadrement et l'instruction d'un personnel toujours plus jeune par des cadres expérimenté·e·s.

Le manque de formation en vol préoccupe le SNPNC. Il dénonce dans une lettre d'août 1957 le fait que la formation porte davantage sur la théorie que sur la pratique. Les stagiaires sont « *lâchés* » en vol sur le secteur Afrique sans formation continue. Pierre Barbier écrit que ses collègues se trouvent en vol « *avec des Hôtesses et des Stewards peu ou pas familiarisés avec les appareils et leur travail,* [qu'il leur] *faut rattraper leur lacune avec un gros travail supplémentaire, sans parler de l'inquiétude que* [leur] *amène leurs erreurs possibles* », tant au niveau de la sécurité que de l'attention à la clientèle[598]. La direction y affecte en plus les chefs de cabine mis à l'essai sur un an. Le syndicat fait la demande d'une prime spécifique sur ce secteur dit « de formation », qui viendrait récompenser les efforts d'instruction. Si cette fonction existe en la qualité des instructeur·ices·s depuis l'hiver 1957, ces dernier·ère·s sont en trop petit nombre et doivent limiter leur présence à des opérations de contrôle. Le SNPNC attire ainsi l'attention sur la surcharge de travail qu'implique la concentration des recrues mal formées et d'une mauvaise gestion dans la composition d'équipage.

[597] Solange Catry, *opus. cit.* p. 211

[598] Lettre de P. Barbier à la direction du personnel concernant le Personnel sur le Secteur Afrique, 5 août 1957. Archives du SNPNC

Témoin du gonflement des effectifs PNC, la diversification des postes à caractère managérial renforce par ailleurs la dynamique inégalitaire qu'on retrouve partout. Au 31 décembre 1956, le taux de titularisation des hôtesses s'élève à 10% contre 31% chez les stewards[599]. Au 31 décembre 1958, grâce aux efforts syndicaux, ce taux augmente à 18,8% pour les hôtesses et 56% pour les stewards[600]. La titularisation des effectifs est en revanche plus nette chez les hommes. En plus d'une précarisation féminine institutionnalisée, peut-on y lire une inégalité dans le traitement syndical ? Dans sa communication, le SNPNC dit s'articuler autour de trois pôles professionnels, chacun d'entre eux étant représenté par un membre : Mme. Pravaz représente les hôtesses, M. Vaudon les stewards et M. Do les chefs de cabine[601]. Pourtant, le bureau syndical élu est composé exclusivement d'hommes[602]. Le monopole des fonctions syndicales (délégués, secrétaire, etc.) conforte la dominante masculine de l'encadrement : l'un semble renforcer l'autre.

Au-delà des inégalités statutaires, les taches servicielles sont réparties de manière genrées. On retrouve sans surprise dans le manuel de 1954 ce qui était énoncé au sortir de la guerre : l'hôtesse doit « *s'occuper aimablement de tous les passagers* » tandis que le steward s'affaire davantage autour du commissariat[603]. À mesure que le script serviciel gagne en précision, l'apparence de l'hôtesse gagne en codification. Elle doit faire nettoyer fréquemment ses uniformes, toujours porter le béret lors du service à bord, ne pas chercher à enjoliver l'habit par des accessoires brodés ou portés, la couture des bas – que l'hôtesse porte en toutes circonstances – doit être parfaitement droite, etc. En résumé, « *l'hôtesse doit toujours être nette, impeccable, fraîche, simple et discrète* », malgré un équipement qui n'est pas pensé pour les mouvements physiques du service[604]. L'hôtesse de l'air doit en outre accueillir la clientèle en talon de 5 à 8 cm sur le tarmac, qu'elle troque pour des souliers d'intérieur lors du service[605]. Plus atténués, les critères d'habillement du steward portent sur la propreté de l'uniforme et sur le rythme de service. Il doit apparaître avec la casquette mise lors de

[599] Il n'y a que 21 hôtesses titularisées à Air France et 127 stewards en 1956. Elles sont 191 non titularisées contre 275 stewards. D'après le bilan social sur l'année 1956.

[600] On compte 43 hôtesse titulaires (soit la titularisation de 22 hôtesses en deux ans) et 186 hôtesses temporaires. Sur les 443 stewards, 248 sont titulaires contre 195. D'après le bilan social sur l'année 1958.

[601] Lettre de présentation du SNPNC à un nouvel embauché, non daté mais probablement de 1959, archives du SNPNC.

[602] Bulletin d'information aux adhérents, 10 novembre 1958, archives du SNPNC.

[603] Manuel PNT, *opus. cit.*

[604] Voir données d'entretien avec Marie, *opus. cit.*

[605] Florence Müller, *opus. cit.*

l'accueil de la clientèle, mais doit circuler tête-nue lors du service. Ce dernier doit impérativement se faire en chemise blanche, la veste du costume restée au galley. Si leurs cheveux et leurs ongles doivent être coupés nettement, le manuel n'évoque pas la barbe. Dans les faits, les stewards sont rasés de près. En revanche, le maquillage de l'hôtesse retient une page entière du règlement. Une crème légèrement teintée sera privilégiée au fond-de-teint, qui a l'inconvénient de fondre en plaques inesthétiques lors des fortes chaleurs. Les hôtesses doivent se méfier des poudres foncées qui vieillissent le visage, et celles trop blanches qui donnent un air blafard. Un doré discret – ou rosé selon le type de peau – sait mieux illuminer la peau. Il est souvent nécessaire d'utiliser du rouge à joue : si le fard gras donne du naturel, le fard sec est obligatoire pour les raccords. L'hôtesse, à la différence du steward, doit tenir compte de la température au sol sur le tarmac, qui parfois est si forte que les joues restent colorées. Ses paupières ne doivent jamais être luisantes, les cils « pas trop faits », mais néanmoins marqués au cosmétique châtain s'ils sont trop clairs. Les sourcils doivent être épilés sans que cela soit notoire. Le rouge à lèvre doit évoquer une bonne santé sans déborder. Quant aux cheveux, « *les teintures doivent être très bien faites* » et les coupes multicolores sont proscrites. La coiffure courte est plus facile à entretenir en courrier, même si elle perd en féminité. Le manuel précise qu'Air France reçoit souvent des réclamations pour des hôtesses mal coiffées, suggérant par-là que l'encadrement vérifiera les dispositions corporelles avec la plus grande attention.

L'autonomisation de l'activité professionnelle des PNC est à relier au nouveau paradigme du transport aérien, tant économique que culturel. La valorisation de leurs qualités professionnelles se justifie par la valorisation de leur environnement professionnel. Le service à bord s'impose comme le principal levier économique des compagnies aériennes et incarne cette toute nouvelle modernité relative à leur métier.

2.2. La modernisation d'Air France

2.2.1 Le nouveau paradigme économique de l'aviation commerciale : vendre plus de siège

À la suite des décrets de septembre 1953, la direction d'Air France doit assumer le durcissement de la concurrence sur les lignes internationales. Elle envisage dès lors la modernisation de sa flotte davantage *« par l'attrait sur la clientèle que par les possibilités de*

modification des structures de l'exploitation ».[606] Le président Max Hymans confirme cette direction stratégique dès 1954 en déclarant au conseil d'administration que « *les aspects économique du transport aérien sont appelés à prendre le pas, de plus en plus, sur ses aspects purement techniques* »[607]. Cette conjoncture se conjugue avec l'intensification du trafic international : en Europe, les compagnies cherchent à promouvoir le transport intercontinental pour concurrencer l'automobile, en plein essor et invincible sur les distances courtes de moins de 800 km. L'avion ne rapporte qu'en volant. Il s'agit de les remplir au maximum et de les faire voler le plus possible.

2.2.1.1 L'intensification de la concurrence internationale

Le bilan d'activité Air France sur l'année 1955 fait état des « *efforts particuliers accomplis par Air France pour assurer son expansion sur le trafic international* »[608]. Sur les long-courriers, la progression du trafic a augmenté de 29%, avec une réussite particulière sur le secteur d'Amérique du Nord où le coefficient de remplissage atteint 73% sur l'ensemble de l'année[609]. En 1956, l'augmentation de 29% du trafic sur le seul secteur Amérique Nord fait qu'Air France passe de la 6ème à la 5ème compagnie mondiale la plus active sur ces lignes, soit la première compagnie européenne[610].

La compagnie s'attèle à l'ouverture de lignes long-courrier depuis le milieu des années 1950[611]. Entre 1950 et 1962, le réseau d'Air France augmente de 188 000 km à 320 000 km. Le nombre d'escales disponibles passe de 160 à 225. Cet agrandissement du faisceau est particulièrement visible au tournant des années 1960. Air France étend notamment son secteur Amérique du Nord en 1957, en prolongeant les vols de New-York vers Francfort, Rome, Tel-Aviv, Istanbul ou Beyrouth. Sur la seule année 1958, Air France est autorisée à opérer sur les aéroports de Caracas, Bogota, Quito ou Lima, ce qui marque le début d'un fort dynamisme touristique de la France vers l'Amérique du Sud. Cette ouverture, célébrée dans un éditorial de *France Aviation*, témoigne que « *l'Amérique du Sud est passée sans transition de la mule*

[606] Claude Reichman, *opus. cit*, p. 78

[607] Rapport du CA sur l'activité de la Compagnie Nationale de 1954.

[608] Rapport d'activité de l'année 1955, musée Air France.

[609] *France Aviation,* n°22, septembre 1956.

[610] Rapport d'activité de l'année 1956. Archives du musée Air France.

[611] Conférence de Max Hymans du 16 janvier 1958. *France Aviation*, n°39, février 1958.

(ou du lama) à l'avion »[612]. L'avion transporte des industriels, des touristes mais aussi un discours ; l'idéologie capitaliste trouve ses canaux de diffusion et les aéroports deviennent des vitrines où le touriste jette un rapide coup d'œil : « *l'avion seul peut réaliser cette rupture partielle entre l'univers quotidien et (...) l'inconnu* »[613]. L'économiste Claude Postel reprend lui aussi la formule « *du lama à l'avion* » dans son article de 1961 sur le transport aérien : il annonce une appropriation culturelle et sociale de l'avion par les pays en voie d'industrialisation, qu'il comprend comme un signe positif de modernité[614].

La compagnie nationale cherche à préserver son image du « *plus grand réseau du monde* », constitutive de sa propagande commerciale depuis 1948. L'affiche de Raymond Savignac représente Air France sous le signe d'une girafe, colorée des drapeaux du monde entier, le museau tendu vers un quadrimoteur aux couleurs de la France et le buste marqué par l'inscription commerciale emblématique, dont cette affiche est devenu le symbole historique (voir figure n°10). Son succès fut immédiat et elle a, dès son exposition au salon des Champs-Elysées en mai 1956, « *été très admirée par les visiteurs* »[615].

[612] *France Aviation*, n°42, mai 1958.

[613] *Ibid.*

[614] Claude Postel, *opus. cit.*

[615] *Le Monde*, 19 mai 1956.

Illustration n°10 : « Le plus long réseau du monde », affiche de Savignac, 1956. Archives du musée Air France.

Si le réseau grandit d'environ 25% de sa taille sur la décennie, c'est surtout l'augmentation de son exploitation qui interpelle : 225 millions de tonnes kilométriques en 1953 pour 440 millions en 1959. L'activité de transport a presque doublé[616]. En plus d'élargir ses possibilités de desserte, Air France intensifie son activité aérienne en se concentrant

[616] D'après les données des rapports d'activité sur la période. Archives du Musée Air France.

essentiellement sur les lignes internationales soumises à une forte concurrence. Elle propose par exemple une exploitation bihebdomadaire vers l'Amérique Centrale en 1955, ou bien une troisième liaison Paris-Tokyo en 1956. Pour s'assurer des liens économiques avec le Japon, où le décollage économique des années 1950 à raison de 10% de volume de PIB préfigure les partenariats industriels étroits avec l'Occident[617], Air France ouvre une nouvelle route entre les deux capitales en 1958. En passant par le cercle arctique avec une escale à Anchorage, la liaison avec l'île ne dure que 30h (voir fig. n°11). La « route polaire » est largement médiatisée et la presse insiste particulièrement sur le gain de temps qu'elle représente[618]. *France Aviation* célèbre l'exploit technique de la navigation à l'aide de compas gyroscopiques, insensibles à l'intensité du champ magnétique aux abords du pôle[619]. Les hôtesses accueillent les journalistes et l'équipage lors de la première escale technique en costume d'esquimau, « *adapté au climat de cette escale* »[620]. Le succès de cette ligne est tel que la direction ouvre une seconde fréquence en mars 1959 qui permet de desservir Hambourg régulièrement[621].

[617] Bertrand Blancheton, *Histoire des faits économiques, de la Révolution Industrielle à nos jours,* Dunod, 2020, p. 102.

[618] *Le Monde,* 11 avril 1958.

[619] *France Aviation*, n°42, *opus. cit*

[620] *France Aviation*, n°41, avril 1958.

[621] Bilan d'activité de l'année 1959, *opus. cit.*

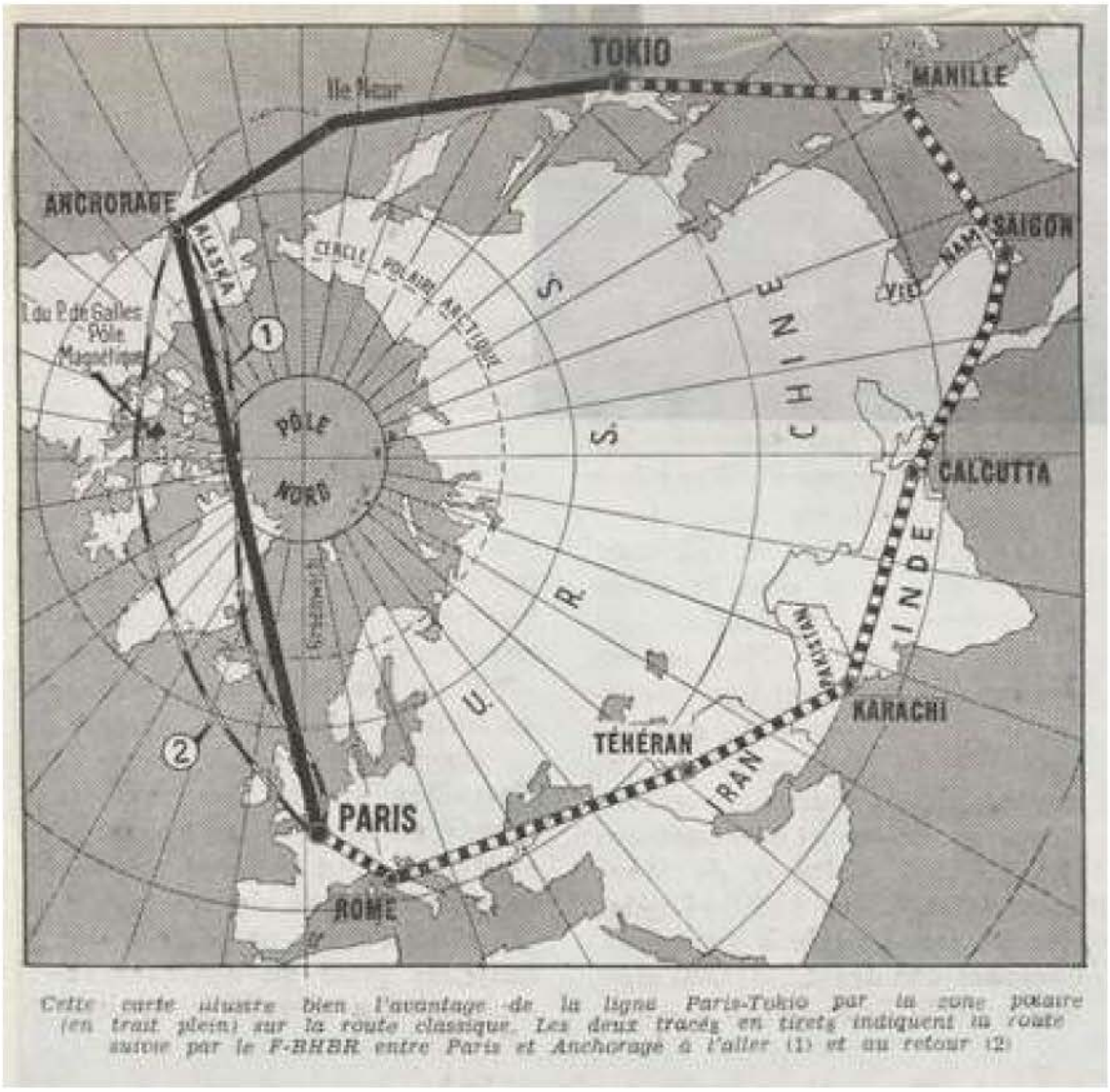


Illustration n°11 : le raccourci de la route polaire, *France Aviation*, n°42, mai 1968

Le démantèlement de l'empire colonial oblige la compagnie à rediriger les flux de son activité aérienne. Le trafic décroit brutalement vers l'Asie du Sud-Est après le retrait des troupes d'Indochine à partir de 1954. Le réseau Méditerranéen résiste quant à lui malgré la guerre d'Algérie, car les nombreux rapatriements de pieds-noirs lui assure la fréquentation de la ligne « Métropole – Algérois », dont le nombre total de passager·ère·s transporté·e·s sur l'année 1959 s'élève à 324 180[622]. Ces bons résultats sont toutefois concurrencés par Air Algérie (une compagnie créée en 1947 dont Air France détient un capital important) qui ponctionne à Air France une partie de ses recettes[623]. L'activité économique d'Air Algérie décolle à partir de 1956 (où elle transporte plus de 45% des voyageur·euse·s au départ

[622] Rapport d'activité de l'année 1959. Archives du musée Air France.

[623] En 1956, Air France opérait des vols pour 86% des passagers sur le secteur algérien : ce chiffre tombe à 76% en 1960, Air Algérie ayant augmenté ses parts de marché.

d'Algérie d'après Claude Reichman et Daniel Metzlé), tandis qu'Air France réduit son trafic de l'Afrique vers la métropole de 68% à 55% dans le même temps[624]. Outre le cas spécifique de l'Algérie, le reste du réseau post-colonial souffre des reconfigurations politiques, notamment à travers la crise de Suez de 1956. L'embrasement du Proche Orient, motivé par le sentiment anti-occidental, limite les transports touristiques : Air France y perd 40% de son marché entre 1957 et 1958[625]. En 1957, la Compagnie chérifienne des transports aériens devient Air Maroc. Air France ne détient « plus que » 27% du capital et « *les intérêts marocains* » chutent à 57%[626]. La baisse d'activité s'étend sur l'ensemble du réseau africain subsaharien. Toujours d'après les économistes, la part d'Air France sur le réseau long-courrier de l'Union Française « *fut limitée à 50% du trafic à partir de 1956 (l'autre moitié étant attribuée à l'UAT et la TAI) ; du coup, la Compagnie qui y réalisait 33% de son activité en 1952 ne fit plus en 1956 que 14,5%* »[627]. Sitôt après la proclamation de l'indépendance politique de l'Afrique subsaharienne, Air Afrique, créée en 1961, regroupe 11 pays détenant souverainement 66% du capital. La part du trafic africain d'Air France baissa logiquement : de 14,8% de l'activité totale réalisée sur long-courrier en 1961, elle n'en réalise plus que 12,4% en 1962[628].

L'affaiblissement des marchés coloniaux se compense par l'intensification de l'activité sur des lignes qui lient les capitales occidentales. L'ambiance hautement concurrentielle qui y règne se traduit dans la mise en valeur du pavillon national (gastronomie, vin, haute couture, etc.). Max Hymans annonce même que la présence d'Air France à l'étranger « *porte témoignage de la vitalité et de l'esprit d'entreprise de la France, de la qualité de ses productions* (…). *C'est un instrument de prestige pour notre pays* »[629]. Les lignes d'Amérique du Nord sont en réalité « *les lignes de drapeaux des compagnies mondiales* »[630]. Le sentiment national sert tant pour attirer une clientèle étrangère, essentiellement états-unienne, que pour satisfaire une clientèle majoritairement parisienne sensible aux images mythifiées de la France : en 1958, 64% des passager·ère·s au départ d'Orly sont d'origine parisienne contre

[624] Claude Reichman, Daniel Metzlé, *opus. cit*, p. 83.

[625] Rapport d'activité de l'année 1958. Archives du musée Air France.

[626] Rapport d'activité de l'année 1957. Archives du musée Air France.

[627] Claude Reichman, Daniel Metzlé, *opus. cit*, p. 82.

[628] *Ibid*.

[629] Rapport d'activité de l'année 1957. Archives du musée Air France.

[630] *Ibid.*

4% d'origine rurale[631]. Comme le signale le pilote André Lesieur à l'occasion de l'ouverture d'une ligne New York – Mexico en 1958, il s'agit « de *gagner la bataille pour le renom de notre patrie* [grâce] *au secret de notre cuisine, au charme de nos hôtesses et au sérieux de nos stewards* »[632]. Cette concurrence s'illustre notamment par le regard inquisiteur que les compagnies portent l'une sur l'autre autour des normes de service. Deux compagnies états-uniennes se plaignent à la IATA qu'Air France aurait enfreint la réglementation établie en commun sur la nourriture servie en classe économique : « *ses sandwichs auraient été trop nombreux et trop bien fournis* »[633].

2.2.2.2. Les impasses financières de l'aviation civile

L'intensification de la concurrence internationale a pour conséquence l'installation définitive du transport à réaction. La fiabilité à l'essai des modèles Boeing 707 et Caravelle annonce une transformation radicale des flottes. En réduisant drastiquement les distances, le transport à réaction bouleverse les schémas économiques des années d'après-guerre, organisés selon les règles d'une compétition cordiale et régulée. Le conseil d'administration d'Air France se prépare à une concurrence « *très rude* » dès 1956[634]. Après le premier vol de la Caravelle le 27 mai 1955 à Toulouse, la compagnie nationale commande 12 appareils à la fin de l'année, afin d'assurer les vols internes et moyen-courriers sur le secteur européen et Proche-Orient, et pose des options sur 12 appareils supplémentaires[635]. Les vols à réaction sont, malgré l'échec du Haviland Comet, effectifs sur les lignes commerciales au printemps 1959. À la fin 1960, Air France possède 17 Boeing 707 (déployés sur les long-courrier) et 24 Caravelle SE.210 en plus de sa flotte à moteur[636]. En 1965, elle opère avec 28 Boeing 707 et 41 Caravelle, chiffre témoignant d'une transformation profonde de la flotte en un temps relativement court. On retrouve ce phénomène au niveau mondial. Le premier Boeing 707 traverse l'Atlantique en 1958, 75% des appareils sont munis de moteurs à réaction 1965, taux

[631] *France Aviation*, n°39, *opus. cit.*

[632] André Lesieur, « L'armada Air France au Mexique », *France Aviation,* n°40, mars 1958.

[633] « Air France est acquittée par l'IATA », *Le Monde,* 26 avril 1958.

[634] Rapport d'activité de l'année 1956, *opus. cit.*. La flotte quadrimoteur d'Air France se compose de 10 Super Starliners, 10 Super Constellation, 11 Constellation et 8 Viscount hors exploitation, 12 Bréguet 763, 27 DC 4 et 31 DC 3.

[635] *France Aviation,* n°13, décembre 1955.

[636] Rapport d'activité de l'année 1965. Archives du musée Air France.

qui augmente à 90% en 1969.[637] En à peine une décennie, la réaction a complètement remplacé la propulsion.

Le déploiement de cette nouvelle technique implique d'énormes dépenses, tant au niveau des achats que de la transformation des infrastructures (qualifications du personnel technique et mécanicien, aéroports adaptés, changement des plannings de vol, etc.). De manière générale, l'avion, en tant qu'objet technologique de pointe, a un coût unitaire beaucoup trop élevé pour être rentable. La durée d'amortissement d'un appareil, d'environ 7 ans, est trop longue par rapport à la rapidité du renouvellement. Ce coût unitaire s'alourdit avec le taux des pièces de rechange des nouveaux avions, d'environ 25 à 50% du prix d'achat en 1960. On estime que l'achat d'un Boeing 707 équivaut à 5 Constellation ou 12 DC3[638]. L'économiste Claude Postel annonce la difficulté de se maintenir à flot dans le marché si particulier du transport aérien, où chaque mouvement de la concurrence impose aux autres acteurs une transformation radicale de leur modèle :

> « *C'est donc fréquemment vers des solutions de semi-modernisation que s'orientent ou que souhaiteraient s'orienter les entreprises « anciennes ». Mais la concurrence des nouveaux venus empêche souvent le maintien de telles intentions. Il suffit parfois de la présence d'un seul concurrent, même mineur, exploitant du matériel moderne sur un axe qui, parfois, ne peut représenter qu'une faible part de l'activité totale d'une entreprise de grandes dimensions, pour que tout un processus de modernisation des secteurs soit déclenché, alors même que l'entreprise ne le souhaitait pas* »[639].

Le passage aux quadriréacteurs est en fait une nécessité, mais suppose que la compagnie ait amorti les dépenses engendrées par le renouvellement de sa flotte antérieure. Les subventions d'État sont une garantie de la santé économique des acteurs de l'aviation civile, preuve du lien entre géopolitique et l'aviation marchande (avec en première ligne le rayonnement international dont Air France fait la promotion). L'avion à réaction suppose un coût de vol bien plus élevé que le quadrimoteur, que Claude Postel estime à 2,2 fois supérieurs à heure de vol correspondante[640]. En revanche, si l'investissement au siège est

[637] Hélène Florence-Alexandre et Georges Ribeill, *opus. cit.* p. 40.

[638] *Ibid.* p. 26

[639] Claude Postel, *opus. cit.*

[640] *ibid.*

supérieur, l'investissement rapporté au siège par kilomètre parcouru est moindre ; en augmentant sensiblement la vitesse et le rayon de transport, la réaction permet d'envisager un meilleur bénéfice par passager·ère. En résumé, la réaction est rentable si les compagnies augmentent leur trafic et leur capacité numérique de transport.

La croissance économique de l'aviation civile sur la décennie 1950-1960 est importante, mais marginale si on la compare à celle d'autres secteurs du transport, comme le parc automobile états-unien par exemple. L'enthousiasme qui accompagne son essor est surtout dû au fait que l'avion soit un indicateur de la bonne santé d'une économie en reconstruction. La réalité financière d'Air France est pourtant loin d'incarner cet optimisme car elle est systématiquement déficitaire : son chiffre d'affaire n'arrive jamais à combler les dépenses d'exploitation. La compagnie enregistre des résultats négatifs constants entre 1953 et 1960 (voir tableau n°1).

Année	Chiffre d'affaire en million d'anciens francs	Dépenses en millions d'ancien francs	Déficit en millions d'anciens francs	Déficit en millions d'euros (valeur 2023)[641]
1953	39544	43540	3996	102,4
1954	46267	50550	4283	109,3
1955	51985	56212	4227	106,5
1956	64451	68916	4465	108,4
1957	74312	78978	4666	109,8

[641] Conversion monétaire pour déflater les chiffres historiques réalisée grâce au convertisseur de l'INSEE disponible en ligne : https://www.insee.fr/fr/information/2417794

1958	87209	92878	5669	116,2

Tableau n°1 : le déficit d'Air France, tableau réalisé à l'aide des rapports d'activité.

Le déficit d'Air France gravite sur la séquence autour de 7% du total de ses recettes, soit une valeur de 4 milliards d'anciens francs[642]. Au regard de ce bilan tout à fait mitigé, l'aviation française représente davantage une victoire culturelle et idéologique plutôt qu'économique, soit celle d'une poignée de pionniers décidés à faire du « plus vieux rêve de l'homme » une réalité sociale à défaut d'être économiquement viable.

Air France tomberait en faillite sans le soutien actif du gouvernement. La compagnie signe avec l'État un contrat pour l'exploitation les lignes internationales, d'une durée de trois ans et effectif à compter du 1er janvier 1956. Ce contrat prévoit entre autres la mise à contribution de la trésorerie publique et un allègement des taxes et des impôts aéroportuaires. Il s'inscrit dans la continuité des politiques gouvernementales à l'égard de la compagnie, dont le soutien est par ailleurs systématiquement réitéré dans la presse d'entreprise. Le ministre des transports félicite notamment Air France pour son importance dans les politiques d'aménagement du territoire, la hausse du trafic intérieur aéroports permettant de désenclaver certaines provinces. Il s'engage à détaxer l'essence sur les vols intérieurs[643]. La relation n'est toutefois pas idyllique ; l'augmentation des cotisations fiscales par les différents gouvernements (de 34% entre 1955 et 1956) annonce la volonté de mettre à contribution les acteurs de l'aviation civile pour la maintenance des infrastructures, charge qu'Air France considère comme « *insupportable, et en tout cas prématurée* »[644]. Au total, l'État français verse presque 4 milliards de francs par année, soit l'équivalent de 5,3% des recettes totales d'Air France[645]. Ce dispositif de soutien permet à la compagnie d'affronter les périodes d'affaiblissement de l'économie mondiale, comme celle de 1958 dont les premiers signes sont visibles sur le secteur de l'aviation dès la fin 1957[646].

[642] D'après les comptes-rendus des bilan d'activité sur la période. Le conseil d'administration n'annonce pas systématiquement un montant total de dépense de son compte d'exploitation. Il lui préfère un taux d'augmentation d'annuel. C'est sur la base de ce coefficient multiplicateur que nous avons calculé le déficit financier enregistré par la compagnie.

[643] Discours du ministre des Transports et du Tourisme, le général Corlignion-Molinier, *France Aviation,* n°5, avril 1955.

[644] Rapport d'activité l'année 1956, *opus. cit.*

[645] Rapport d'activité 1957, *opus. cit.*

[646] Rapport d'activité de l'année 1957, *opus. cit.*

Face aux Big Four états-unien qui dominent les ciels internationaux, Alitalia, la Sabena, Lufthansa et Air France forment la coalition Air Union en été 1959. Dans ce que Max Hymans décrit comme « *la période la plus rude* »[647] du transport aérien, cet accord de coopération vise à assurer une solidarité commerciale européenne tout en préservant l'identité de chacun des partenaires. Se projetant dans l'appel d'air que provoque l'arrivée du transport à réaction, capable de quadrupler la quantité de voyageurs sur la même distance, les partenaires annoncent un partage des parts du futur marché commun. La compagnie française, forte de sa domination européenne, possédera le plus fort taux de revient, soit 34%. Ce partage de certaines infrastructures n'est effectif que sur les lignes long-courriers et les compagnies conservent également leur trafic de cabotage[648] – à savoir leur pré carré colonial. Air Union ressemble davantage à une coopération de circonstance qu'à une réelle alliance commerciale[649]. Elle s'insère également dans la dynamique de construction européenne, en renforçant les liens économiques entre partenaires voisins face aux géants d'outre-mer.

Cette alliance témoigne des difficultés économiques que connaît le marché européen. Le développement du transport aérien mondial, à raison d'une croissance moyenne annuelle de 15% entre 1950 et 1960, se ralentit sur la fin de la décennie. L'entrée du transport à réaction se profile dans un climat économique morose. Le marché aérien est, d'après les mots de Claude Postel, « *fortement affecté par la récession de 1958* » (à raison d'une croissance relative de 13% par an, en dessous des prévisions et des seuils des années antérieures)[650]. D'après ses prévisions, ce secteur devrait atteindre 54% de croissance sur les années 1962, 1963 et 1964 pour revenir à son niveau du début des années 1950, ce qui est impossible matériellement. Le renouvellement technologique du parc aérien n'est donc pas profitable, il est nécessaire au regard de la conjoncture concurrentielle. La seule manière d'assurer son remboursement est de capter des parts de marché toujours plus vastes en actionnant le principal levier disponible, à savoir le service clientèle.

2.2.2.3. Le service à bord au centre de la concurrence économique

[647] France Aviation, n°56, juillet 1959.

[648] Le cabotage désigne le fait qu'un opérateur puisse embarquer des passager·ère·s ou du fret sur un territoire étranger et transporter la cargaison jusqu'à un autre point du territoire, contre rémunération ou en vertu d'un accord contractuel.

[649] *France Aviation,* n°60, février 1960.

[650] Claude Postel, *opus. cit.*

France Aviation multiplie à la fin des années 1950 la publication de billets humoristiques qui illustrent l'importance que prend le service à bord. En 1957, *monsieur tant mieux* et m*onsieur tant pis* font tous les deux l'expérience d'un vol en avion. Le premier effectue un voyage merveilleux, tandis que le second atterrit exténué et en colère. C'est avant tout grâce au travail des agents commerciaux, depuis l'orientation dans l'aéroport jusqu'au débarquement, que *monsieur tant mieux* cherchera à revenir vers la compagnie qui l'a si bien traité. À l'inverse, c'est par le manque de disponibilité et de professionnalisme du personnel que *monsieur tant pis* ne rachètera jamais un billet à l'entreprise qui l'a si mal considéré[651]. Dans cet article, l'encadrement cherche de nouveau à convaincre le PNC de son importance grandissante dans la mission commerciale d'Air France. L'éditorialiste Robert Savreux invite régulièrement les hôtesses de l'air et les stewards (qui reçoivent gratuitement la revue) à parfaire leur présentation en uniforme ou à s'investir dans la politique commerciale de la compagnie. Ce sont par définition les corps du personnel de cabine qui incarnent l'identité d'Air France :

> *« Et pour une fois on pourrait affirmer que « l'habit fait le moine » car dans ce domaine ce qui est visible frappe l'esprit et nous gardons en mémoire l'attitude béate d'un passager qui, ayant constaté la propreté impeccable des moteurs en déduisait immédiatement leur état de fonctionnement. (…) Comment un personnel parfaitement soigné dans sa tenue ne serait-il pas aussi impeccable dans sa formation professionnelle ? »*[652].

Le professionnalisme d'Air France s'impose comme ciment de son image de marque. L'équipage doit performer ce savoir-faire, notamment celles et ceux au contact permanent avec la clientèle (personnel d'accueil, personnel d'escale et PNC). Le service à bord perd progressivement de son aspect improvisé au profit d'une codification croissante des normes de service. L'élaboration des nouveaux protocoles assure une cohérence de marque : le passager doit reconnaître la compagnie nationale dès les premiers contacts avec l'entreprise, qu'il soit en Amérique, à Hong Kong ou à Paris. C'est d'ailleurs ce qu'évoque le rédacteur en chef de *France Aviation* lorsqu'il raconte son tour du monde avec différentes compagnies en

[651] *France Aviation*, n°34, septembre 1957.

[652] Robert Savreux, « Ceux qui remplissent les avions », *France Aviation,* n°37, décembre 1957.

hiver 1958, en annonçant que « *dès qu'on met les pieds dans un appareil de la compagnie française, on se sent déjà en France* »[653]. L'auteur compare différentes compagnies internationales, toujours en insistant sur leurs différentes forces commerciales. La « *« Western » est remarquable par son accueil et son service* », tandis qu'aucune compagnie du monde « *ne dorlote et ne choie ses passagers comme la Japan Airlines* ». La première se distingue par le « *luxe sans égal* » de son décor tandis que la seconde, à défaut d'être exubérante, invite à la détente et au sommeil grâce à l'attention particulièrement soignée de ses hôtesses et de la déclivité de ses sièges. Le récit s'accompagne d'une photo d'une hôtesse en kimono traditionnel, uniforme qui fait grand effet auprès d'une clientèle internationale. Les compagnies de plus petite envergure, comme Air Vietnam ou Air Cambodge, cherchent surtout à améliorer leur ponctualité, faute de pouvoir concurrencer les autres sur le plan du service à bord.

En déclarant que l'action commerciale devient le nouveau champ de bataille de l'aviation marchande dans son discours de 1954, Max Hymans précise que « *c'est autour de la qualité du service offert qu'a porté la concurrence* »[654]. Cette année marque fondamentalement l'essor du service à bord. On recense la diffusion de nouveaux manuels PNT, le tirage de plus de 2 millions de brochures Air France en huit langues différentes, la multiplication des stages de qualification pour le PNC (17 sur l'année concernant 300 salarié·e·s) et la création de la revue *France Aviation* par Alexis de Belinko en 1954, « *cet instrument de connaissance et de liaison dont tout* [le personnel d'Air France sent] *incontestablement le besoin* »[655]. Cette revue d'entreprise devient le canal de communication privilégié de l'encadrement. C'est la totalité de son fonctionnement commercial que la compagnie cherche à rationaliser, de façon à ce que le voyageur fasse l'expérience d'un confort maximal, qu'il soit matériel, administratif ou même émotionnel. Air France annonce la mise en place du système FAL en hiver 1955 (Facilitation des procédures de douane), en insistant sur sa souplesse administrative et la dimension confortable du nouveau système : « *les transporteurs aériens, qui inventèrent les hôtesses, s'efforcent, en ce qui les concernent, d'entourer leurs passagers d'une sollicitude constante* »[656].

[653] France Aviation, n°40, *opus. cit.*

[654] Discours de la présidence dans le bilan d'activité de l'année 1954, *opus. cit.*

[655] *France-Aviation*, n°1, décembre 1954.

[656] *France-Aviation*, n°3, février 1955.

La recherche du confort passager inspire clairement les remaniements institutionnels. Mis en place en 1955, le « Département Transport » consacre entièrement sa mission à « *la satisfaction client* ». Il a pour fonction de coordonner les différentes entités administratives : le service des escales, le service du commissariat, le service commercial (en charge de la formation et de l'encadrement des PNC) le service d'utilisation commerciale des aéronefs, le service des accords d'assistance, etc. Il s'agit, une fois encore, de privilégier les secteurs qui « *assurent le confort matériel et moral des passagers* »[657]. Parce qu'il côtoie le plus longtemps la clientèle d'Air France, le personnel de cabine est la première cible des efforts de l'encadrement. Ce dernier insiste sur « *le sourire de l'hôtesse* » qui « *fait partie des arguments de vente* »[658]. Selon les mots du président Max Hymans lui-même lorsqu'il cherche à susciter des vocations par voie de presse, l'hôtesse de l'air « *a une mission bien définie : c'est une ambassadrice du goût, de l'élégance et de l'esprit français* »[659]. L'angle commercial qu'utilise l'aviation française au milieu des années 1950 se resserre, de plus en plus nettement, autour de l'hôtesse de l'air.

Les efforts managériaux se déplacent vers le service à bord afin de fidéliser une clientèle internationale, plus nombreuse et diversifiée. La création de la classe Économique sur le secteur d'Amérique Nord en 1958 préfigure la volonté de la IATA de conquérir le marché des classes moyennes en formation dans les pays occidentaux. Par ailleurs, l'abaissement de 30% des tarifs de la classe Touriste rencontre un succès immédiat[660]. Un article d'Henry Beaubois, appelé « *le confort à l'ère de la réaction* », annonce qu'Air France vise surtout à préserver le confort moral (*sic.*) de sa clientèle sur le secteur d'Atlantique Nord, malgré les reconfigurations qu'impliquent les nouveaux appareils[661]. Il souligne que l'encadrement s'efforce particulièrement dans la gestion et la formation du PNC, afin que chaque passager·ère bénéficie d'attentions particulières.

Chaque nouveauté technologique est une occasion pour pénétrer de nouveaux marchés. Grâce aux nouvelles capacités annoncées du Super Constellation, Max Hymans déclare en 1955 que « *la population du vieux continent devient progressivement Air Minded* »,

[657] *France-Aviation*, n°12, novembre 1955.

[658] *Ibid.*

[659] Max Hymans, *Revue des Deux mondes*, 1954, archive musée Air France.

[660] Rapport d'activité de l'année 1958, archives du musée Air France.

[661] *France Aviation*, n°51, février 1959.

à savoir qu'elle inclut le transport aérien dans ses représentations du monde, au même titre que d'autres transports[662]. L'aviation civile s'est taillée quelques brèches dans l'imaginaire collectif, espaces qu'une campagne commerciale axée autour du progrès tente d'élargir (détaillée dans la sous-partie suivante). C'est ce que Max Hymans annonce clairement en 1958. « L'âge de la réaction » cherche à transformer l'aviation en véritable fait social :

> « *Voilà la véritable signification de la révolution dans laquelle s'engage l'aviation marchande* : *la possibilité – l'obligation pour être rentable – de viser au transport de masse. Il faut utiliser, vendre, les énormes capacités de transport que représentent les centaines de machines commandées dans le monde. Il faut toucher, susciter, créer une clientèle nouvelle, s'assurer la venue à l'avion des classes moyennes qui commencent à peine à le connaître* »[663].

L'avion aimerait suivre une trajectoire similaire à celle de l'automobile, qui a réussi à s'imposer comme objet de consommation massif, transformant les représentations urbaines et les projets d'aménagement du territoire. Le développement tardif du marché économique de l'automobile en France (en 1961, une personne sur huit possède une voiture contre un Américain sur trois) est en revanche anticipé par l'importance qu'elle prend dans les productions culturelles. Kristin Ross repère l'usage de l'auto dans différentes presses à grand tirage, dans les romans ou dans les productions cinématographiques[664]. N'étant plus un objet de luxe, la voiture conserve toutefois une aura particulière, parfois morbide quand on la rapporte à la fascination pour les accidents de la route, notamment à travers ceux de grandes personnalités comme Albert Camus en 1960 ou Roger Nimier en 1962. L'automobile vient fixer toute une série d'affects collectifs relatifs à la modernité, avant de s'intégrer au paysage ordinaire, venant ainsi compléter le catalogue de l'*American way of life,* entre le réfrigérateur et la machine à laver ; elle s'impose comme *« le prochain achat sur la liste* »[665]. Le secteur de l'aviation civile cherche à anticiper un devenir similaire. Idéalement, la Caravelle devrait s'inscrire dans le patrimoine national à la manière d'une 2CV. En terme analytique, il s'agit de s'intéresser à la richesse de la réflexion sur l'avion plutôt qu'à l'avion lui même, selon une

[662] Rapport d'activité de l'année 1955, *opus. cit.*

[663] Rapport d'activité de l'année 1958, archives du musée Air France.

[664] Kristin Ross, *opus. cit*

[665] *ibid, p.45*

analyse presque vectorielle de ses discours (origine, puissance et direction), car l'avion porte en lui le projet moderne au même titre que la voiture, à cela près – différence notable et structurante – qu'il ne cherche pas encore à envahir les foyers prolétaires, sinon à se restreindre à une consommation socialement distinguée.

La Caravelle, considérée à juste titre comme un fleuron de l'aéronautique française, possède une historiographie propre[666], mais qui mériterait une analyse spécifique au prisme de l'histoire culturelle. La thèse de Clair Juilliet en explore l'importance économique pour la région toulousaine ainsi que son utilisation dans la transformation des rapports productifs à la SNCASE (Société nationale des constructeurs aéronautiques du sud-ouest), sans pour autant s'intéresser au dispositif discursif qui accompagne sa commercialisation[667]. D'autres ouvrages, davantage journalistiques, se souviennent avec émoi d'un « avion emblématique » de l'aéronautique française[668] : on peut citer notamment ceux de Pierre Gaillard[669] ou le beau livre édité par Privat[670]. Il existe beaucoup de traces historiques annonçant l'importance que prend l'aéronef national au-delà du seul champ économique. La première Caravelle SE 210 livrée à Air France est baptisée « Lorraine » par Yvonne De Gaulle le 24 mars 1959[671]. C'est également l'avion qui servira au transport de Nikita Khrouchtchev lors de sa visite dans l'hexagone en 1960[672]. Cette vaste couverture médiatique popularise l'appareil, ce qui permet à Air France de placer plus spécifiquement ses efforts promotionnels dans la promotion du Boeing 707, nommé l'Intercontinental. Ces derniers sont destinés à couvrir les lignes internationales, tandis que les Caravelle, du fait d'une capacité de transport moindre, doivent opérer sur les lignes moyen-courriers (lignes nationales, européennes, méditerranéennes et du Proche-Orient).

[666] Ouvrage collectif, *Air France et Caravelle*, édité par le musée Air France en 2019, 385 p. Ce beau livre fournit essentiellement un matériel iconographique.

[667] Clair Juilliet, *opus. cit.*

[668] Djallal Malti, « La Caravelle, avion emblématique de l'aéronautique française, fête ses 60 ans, *Le Point,* le 27 mai 2015,

[669] Pierre Gaillard, *Caravelle, les ailes du renouveau,* ETAI, Boulogne-Billancourt, 2005, 272 p.

[670] Pascale Monmarson-Frémont et Véronique Peyraud, *Caravelle, bienvenue à bord d'une légende !,* Privat, Toulouse, 2006, 155 p.

[671] *France Aviation,* n°54, mai 1959.

[672] *France Aviation,* n°66, mai 1960.

L'Intercontinental bénéficie d'une grande visibilité dans la revue d'entreprise, qui s'intéresse aux étapes de sa commercialisation de 1954 jusqu'à 1960[673]. Le service commercial d'Air France dépense jusqu'à 500 000 dollars en été 1956 pour décorer une maquette faite en contreplaquée, afin d'adapter le service à bord aux nouvelles dimensions[674]. Lors de la saison commerciale de 1959-1960, Air France propose une série d'actions appuyées sur le Boeing : plus 2 200 000 dépliants sont distribués, auxquels s'ajoutent 10 000 cartonnages de vitrines et 6 000 planches murales. Les budgets publicitaires à l'étranger ont été accrus dans ce sens. C'est le Boeing 707 qui opère sur le secteur Amérique à partir de 1960, soit le marché qui représente la part du trafic la plus importante pour Air France[675]. C'est en accompagnant l'arrivée du transport à réaction que la compagnie nationale réajuste son discours commercial en mettant en avant les capacités extraordinaires de tels appareils ; la Caravelle est, avec le Boeing 707, le point de convergence des discours qui fabriquent la modernité.

2.2.3. L'idéologie du progrès et son utilisation commerciale

En octobre 1956, Louis Lesieux, directeur général d'Air France, annonce les dispositions que doit prendre le personnel pour mener à bien la nouvelle campagne de vente intitulée « *Air France à la pointe du Progrès* ». Dans le climat concurrentiel où se démarque la compagnie, il rappelle l'importance de faire partie de l'aventure industrielle d'Air France : « *le thème du Progrès ne soit pas être considéré comme une denrée réservée à l'usage du public. Il mérite, en effet, d'être médité par chaque agent de la compagnie* » [676]. Grâce au relais qu'offre *France Aviation*, l'idéologie patronale permet de célébrer l'union d'entreprise au détriment des mouvements de personnel [677]. La modernité de la compagnie, en plus d'être utilisée dans le discours commercial, cherche à s'imposer comme un ciment idéologique des identités professionnelles. Parce qu'Air France représente « *un des indices les plus visibles et les plus significatifs de la vitalité et du progrès français* », il faut que chaque membre du

[673] *France Aviation,* n°52, mars 1959.

[674] *France Aviation,* n°*20,* juillet 1956.

[675] Sur l'année 1960, le transport passager sur le secteur Amérique représente 27,6% de l'activité totale, devançant le réseau méditerranéen qui totalise 23,4%. Il n'est pourtant pas le plus lucratif car il ne représente que 21,3% des recettes d'origine commerciale contre 29,1% pour les lignes métropolitaines. Les chiffres sont tirés du rapport d'activité sur l'année 1960, archives du musée Air France.

[676] *France Aviation,* n°23, octobre 1956.

[677] Lors de la grève de la navigation aérienne de 1955, un cadre d'Air France écrivait au sujet de « *cette grève déplorable* » que « *l'économie française souffrira longtemps des conséquences* », insistant sur l'irresponsabilité des organisations syndicales. *France Aviation,* n°14, janvier 1956.

personnel incarne au plus proche cette mission, « *en faisant passer de toute sa compétence et de toute sa conscience cette notion abstraite de « progrès » dans le domaine des réalisations concrètes* »[678]. Au-delà des avatars du progrès que sont les avions et leurs infrastructures associées, Air France inscrit sa campagne commerciale dans un ensemble de signes qui composent l'identité moderne. La fin de cette séquence historique est par ailleurs signée par la conférence de vente de 1959 où le bilan est clair : le lancement des vols à réaction s'est accompagné de toute une campagne de modernisation des agences, des systèmes de réservation et de l'esthétique générale[679].

2.2.3.1. La fonction idéologique de l'encadrement

Air France tente de moderniser ses techniques de management, à travers une action spécifique sur la formation de l'encadrement. Les sessions d'information et de perfectionnement des cadres (SIPCA) sont appliquées dès 1955. Il s'agit de former les cadres de catégorie V et au-dessus (soit les cadres supérieurs et les cadres de direction) aux techniques développées par la recherche en sociologie de l'organisation, selon des stages répartis sur deux ans. Un premier cycle d'une année se structure autour des méthodes de gestion, des relations humaines, de la politique commerciale, « *de la préparation scientifique des décisions* », ou encore de l'informatique[680]. La deuxième année approfondit davantage le contexte d'application de ces méthodes, à travers l'étude du droit, des cadres sociologiques français ou européens, de la science politique, etc. Ces programmes de formation s'inscrivent dans une volonté gouvernementale de dynamiser les entreprises nationales pilotes comme la SNCF ou les ports du Havre. Air France fait partie des premières bénéficiaires. Au cours des années 1960, ces stages organisés dans des châteaux servent surtout d'espaces de socialisation pour les cadres supérieurs : ils ont d'abord lieu au domaine de la Talle, puis dans celui des Clos dans les Yvelines à partir de 1963. En regroupant chaque année différents « champions nationaux » comme Prisunic ou Kodak, l'événement permet de tisser des liens stratégiques entre les directions. D'après R. Guibert, 30 cadres d'Air France s'y forment chaque année sur la base du volontariat, avec notamment des cadres supérieurs du personnel navigant, permettant ainsi une homogénéisation du dispositif managérial entre les différents secteurs de

[678] *France Aviation,* n°23, *opus. cit.*

[679] *France Aviation,* n°59, octobre 1959.

[680] *France Aviation,* n°173, avril 1969.

l'entreprise. De 1955 à 1969, plus de 200 cadres de la compagnie aérienne ont suivi ces formations[681].

Les SIPCA sont créées en collaboration avec la Compagnie française d'organisation (la Cofror), dont la généalogie débute dans la Grande Dépression de 1929. Plusieurs membres de l'école polytechnique de Paris se sont rassemblés pour former un groupe d'étude du champ économique nommé « X-Crise ». L'association, formalisée en « centre polytechnicien d'études économiques (CPEE) » sous la loi de 1901, gagne en visibilité et en popularité dans les milieux d'ingénieurs et de politiciens, jusqu'à compter 2000 membres actifs en 1940[682]. Durant la période vichyste, des membres proches de la mouvance d'X-Crise fondent la Cofror, dont le but est d'orienter les décisions stratégiques des entreprises[683]. Robert Weinmann, jugé à la Libération pour ses fonctions de Commissaire général du STO, rachète l'organisation à sa sortie de prison en 1947. Cette généalogie témoigne des liens qu'entretiennent une élite gestionnaire avec les méthodes collaborationnistes ou nazies qui, comme l'a démontré Johann Chapoutot, sont une source d'inspiration pour les innovations managériales d'après-guerre[684]. La Cofror se fixe pour mission de piloter la reconstruction et la modernisation de l'appareil productif national. Elle accompagne la création de plusieurs bureaux d'études dans des champs disciplinaires divers, à l'instar du Bureau d'étude et de réalisation urbaine (BERU)[685], ou encore le Bureau de psychologie et de sociologie appliquée (BPSA), renommé la Cofremca en 1959. Alain de Vulpain, directeur de cette structure, est présenté par la revue *Gérer et comprendre* comme un acteur « *de l'irruption de la modernité dans les sociétés occidentales contemporaine*s »[686]. Il travaille à la transformation des institutions commerciales telles qu'Unilever, l'Oréal, Shell ou Renault. Formé à Science Po et à l'individualisme méthodique de Boudon, il se dit largement influencé par la psycho-sociologie anglophone. Ses méthodes opératoires consistent à fabriquer des « *Socrates* », soit inviter les cadres dirigeants à objectiver leur propre schéma mental et leur représentation de

[681] *Ibid*.

[682] *X-Crise, Centre polytechnicien d'études économique, De la récurrence des crises économiques, son cinquantenaire 1931-1981*, Economica, 1982, 301 p.

[683] Olivier Dar, *Voyage à l'intérieur d'X-Crise,* Vingtième siècle, Revue d'Histoire, 1995, n°47, pp.132-146

[684] Johann Chapoutot, *Libres d'obéir, le management, du nazisme à aujourd'hui,* Gallimard, 2020, 176 p.

[685] Maryvonne Prévot, « Aux origines du BERU, un bureau d'étude pour une ville plus humaine 1957-1977 », *Histoire urbaine*, 2017, n°48, pp 77-98

[686] Entretien mené par Bernard Colasse, « Changements sociaux-culturels et modernité, entretien avec Alain de Vulpain », *Gérer et comprendre, Annales des Mines*, n°75, 2004.

l'entreprise, afin d'être les premiers acteurs de leur rénovation commerciale. Ambassadeur de la modernisation, il résume le contenu sémantique de son action :

> « *Dans les années 1950-1965, le mythe de la modernité est un formidable levier du changement du comportement des Français (…). La modernité ça voulait dire « américain », « un monde meilleur », « les gens seront plus heureux », « les gens seront plus libres », « plus techniques », « plus scientifiques* » »[687].

Alain de Vulpain a directement contribué à former les cadres d'Air France lors des premières actions des SIPCA. Pour lui, les commerciaux d'Air France se trompent lorsqu'ils conçoivent la peur de l'avion comme le principal frein à l'expansion du transport aérien. Ce problème est lié à « *la timidité devant un moyen de transport trop nouveau, trop moderne, paraissant réservé aux vedettes de cinéma ou de la politique dont ils craignaient ne pas savoir se servir* ». L'action d'Air France doit se focaliser non pas sur la sûreté des appareils, mais bien sur l'insertion de l'avion dans le paysage quotidien de la modernité. Pour rendre l'aviation plus familière, il faut flatter le sentiment d'appartenir « *au groupe des happy fews* »[688], levier sociologique primordial pour capter une clientèle réticente. Ce travail de formation effectué entre 1954 et 1956 débouche sur la campagne commerciale « *à la pointe du Progrès* ». L'influence de ces stages de formation n'est donc pas négligeable et, du fait de la structure pyramidale des sociétés nationales, cette nouvelle idéologie managériale ruissèle sur les catégories inférieures.

2.2.3.2. L'organisation institutionnelle comme signe de modernité

Le champ analytique qu'ouvre l'étude du discours moderne est immense et plonge ses racines dans une histoire profonde, que la communauté historienne a explorée en différentes occasions, notamment dans l'anthologie dirigée par Marc Fumarolli[689]. Si le discours sur le progrès inspire une multitude de sociétés, de temporalités et d'idéologies différentes, il est dans les années 1950 clairement marqué par « *le système technicien* » que condamne Jacques

[687] *ibid.*

[688] *ibid.*

[689] Marc Fumarolli (dir.), *Histoire de la rhétorique moderne 1450-1950,* PUF, 1999, 1359 p.

Ellul dans son ouvrage de 1977. Sans la réduire au machinisme, Ellul parle d'une technique englobante : elle sait faire plier le droit (en imposant des usages sociaux qui précèdent la réflexion législative), elle peut organiser le monde social et ses interactions, elle s'accapare des imaginaires tournés vers le futur. De par la place qu'il occupe dans le paysage médiatique, le champ de l'aviation est symptomatique de la modernité technicienne. Alain Gras la définit par ailleurs comme un macro-système technique spécifique, à savoir un système de production aux techniques hétérogènes, composé d'un réseau de machines complexes et dont les liens sont gérés à distance[690]. La consolidation de ces différents macro-systèmes dans le monde d'après-guerre se répercute dans la pensée universitaire qui, à la fin des années 1960, orbite fortement autour du structuralisme[691]. La communauté intellectuelle, comme Jean Baudrillard le fait dans le *Système des objets*, va même s'attacher à comprendre l'interaction entre différents systèmes (productifs et sémantiques), renforçant cette idée que le monde moderne s'organise selon des ensembles interdépendants[692]. L'originalité de Jacques Ellul fut d'avoir annoncé l'autonomisation du système technicien, son gonflement et son effet dominateur, à contre-courant des épistémologies d'époque ; nous gardons ici l'idée directrice selon laquelle un macro-système technique possède en effet une capacité d'entrainement telle que, dans le sillage de son essor, le système socio-culturel amorce une mutation forcée.

Le système technicien renvoie à un mode d'organisation historique, définit par l'usage des technologies industrielles (qui ne font que s'étendre à la vie quotidienne depuis la fin du XVIIIème siècle), et dont les bénéfices matériels sont immédiatement perceptibles par la classe bourgeoise, architecte hégémonique des formes économiques, politiques, sociales et culturelles que prend ce système[693]. Il nous semble qu'Air France s'inscrit dans ce paradigme, comme l'atteste son grossissement institutionnel. Un article de Charles Lasseigne sur l'amélioration des techniques de gestion de la compagnie permet d'identifier ce lien insécable entre technique et organisation sociale :

> « *Les compagnies de transport aérien triomphent sur le plan technique : leurs avions vont de plus en plus vite, le confort qu'elles assurent à bord est*

[690] Alain Gras, *Les macro-systèmes techniques*, PUF, Que sais-je, 1997, 128 p.

[691] Sur les penseurs structuralistes et leur influence universitaire dans les années 1960, voir Patrice Maniglier, *Le moment philosophique des années 1960 en France,* PUF, Philosophie française contemporaine, 2011, 592 p.

[692] Sur la sociologie des techniques et sa contingence historique, voir le chapitre de François Jarrige, « Jacques Ellul technocritique. Une trajectoire intellectuelle dans les discordances du temps », dans François Jarrige et Julien Vincent (dir.), *La modernité dure longtemps,* Editions de la Sorbonne, 2020, 318 p.

[693] Jacques Ellul, *Le système technicien,* Le Cherche-midi, 2004, 337 p.

de plus en plus grand (…). Mais en atteignant leur majorité, les compagnies ont aussi appris à compter. [Elles] *sont devenues, depuis quelques années, des affaires commerciales normales avec des budgets à équilibrer et naturellement une gestion rigoureuse entraînant une petite révolution : l'admirable et souvent héroïque « système D » des pionniers devant faire face à une véritable planification* »[694].

À la modernisation technologique de l'entreprise doit succéder une rénovation institutionnelle, dont l'efficacité réelle est souvent moindre que son efficacité sémiologique : il faut avant toute chose signifier et exprimer la modernité technicienne[695]. L'organigramme de la compagnie emprunte effectivement tous les codes de la bureaucratie étatique. On y retrouve l'étagement pyramidal des fonctions, leur éclatement en différents secrétariats, le tout soumis à une autorité centrale et surplombante. La direction d'Air France cherche à fabriquer une identité organisationnelle typiquement d'époque, comme un reflet localisé de la grande planification de l'économie française initiée depuis 1947. Cette dernière, qui vise au redressement industriel de la France, agit également sur un plan culturel. À travers les actions gouvernementales, il importe de rassurer la population sur son devenir régénéré. Pour fonctionner, la modernisation économique doit à tout prix paraître rationnelle. Comment mesurer réellement le succès des différentes propositions du commissariat général du plan (CGP) ? Sur le plan strictement politique, l'important n'est pas tant que les gens comprennent les politiques économiques, mais qu'ils puissent en identifier les critères de réussite. De la même manière, il importe davantage que le personnel d'Air France puisse reconnaître la « *vitalité du progrès français* » dans l'organisation de son entreprise, pas qu'il puisse en juger la réalité.

Plusieurs intellectuels dénoncent à la fin des années 1960 cette conception rigide de la rationalité, rassemblée sous le terme de technocratie, contre laquelle le mouvement social de 1968 commence à diriger ses coups[696]. Pour reprendre la formule de Pascal Ory : « *le pouvoir*

[694] *France Aviation,* n°5, *opus. cit.*

[695] Sans pour autant l'utiliser tel quel, nous renvoyons au travail de l'anthropologue David Graeber, *Bullshit Jobs*, 2018, Les liens qui libèrent, 416 p. Il dénonce l'inutilité croissante des professions libérales et des échelons hiérarchiques dans la culture néolibérale de l'entreprise. Son texte inspire directement notre lecture du gonflement administratif d'Air France, même si les temporalités ne sont pas comparables. C'est avant tout l'effet de vitrine qui nous intéresse ici : l'économie capitaliste annonce rationaliser le monde du travail alors qu'elle génère en réalité un surplus « managérial » relativement inefficace qui n'a d'autre but que la diffusion idéologique.

n'existe pas en soi il s'exerce ; il n'y a pas de pouvoir, rien que des preuves de pouvoir »[697]. Cette apparence de la rationalisation se retrouve de façon imagée dans la presse, en empruntant souvent les contours du « responsable », à savoir un homme sérieux et grisonnant, accablé de travail derrière son bureau, en costume impeccable et au port militaire. Il devient une preuve masculine du pouvoir. On retrouve très fréquemment cette mise en scène à la une de *France Aviation* lorsqu'il s'agit d'insister sur le devenir de l'entreprise (voir figure n°12). L'œil habitué à la presse d'époque y reconnaîtra sans mal une expression iconographique du pouvoir institutionnel des années 1950.

Illustration n°12 : l'apparence de la responsabilité, photo du directeur général d'Air France à l'occasion de son investiture, *France Aviation,* n°6, mai 1955

[696] Jean-Paul Sartre, notamment dans l'entretien « Sartre aujourd'hui », *L'Arc,* n°30, 1966, ou encore Henri Lefebvre, *Contre les technocrates*, Editions Gonthier, 1967, 240 p.

[697] Pascal Ory, « Gouverner par les symboles, introduction à une histoire des politiques symboliques modernes », *Revue d'histoire cuturelle XVIII*ème*- XXI*ème *siècle,* n°1, 2020.

Dans son livre *L'ère des responsables* publié en 1954, Maurice Papon, archétype du technocrate, condense à nos yeux ce que nous exprimions plus haut. Le tristement célèbre préfet de Paris défend une rénovation des méthodes de gestion, qui devraient « *ruisseler* » du gouvernement à l'entreprise et de l'entreprise à la collectivité[698]. Il écrit que « *l'empire de la technique commandée par le jeu de la compétition et du progrès* » nécessite une forte plasticité institutionnelle, capable de résister « *à l'extraordinaire rythme d'évolution du monde moderne* »[699]. Il annonce en conséquence que « l'ère des organisateurs » de cette technique implique la création de nouveaux postes, en citant notamment la fonction de conseiller de synthèse, préfigurant ce que deviendront les « cadres ». Il détaille à ce sujet :

> « *S'il était permis de sacrifier à la mode des slogans, on pourrait dire que le conseiller de synthèse aide à rechercher des solutions de qualité aux problèmes humains. C'est donc plus une méthode qu'une technique – et plus une attitude qu'une méthode* »[700].

C'est bel et bien dans cette attitude du responsable (de l'organisateur, du chef ou des conseillers qui l'entourent) que réside la performance de la rationalité moderne. Il s'agit de convoquer un mode de présence spécifique, patriarche, expérimenté et sérieux, inspiré par le souci de contrôle d'un environnement de plus en plus ingérable, et que les institutions reproduisent dans une sorte de mouvement ricochet.

L'effort de modernisation d'Air France est largement médiatisé en interne. La revue d'entreprise relaie à plusieurs reprises les « *plans de vol des directeurs* », à savoir le perfectionnement de la comptabilité industrielle, les nouveaux systèmes de prévision des indices de vente, la nouvelle planification des budgets, les ressorts de l'action commerciale, etc. Finalement, pour revenir sur les mots de Louis Lesieux, il faut que la compagnie adopte l'apparence de la modernité pour transformer cette dernière en produit marketing. D'après Pierre Sautet, un responsable de la section « promotion des ventes » d'Air France, l'enjeu des nouvelles campagnes est de « *capter l'attention ; éveiller l'intérêt ; créer le désir ; frapper la*

[698] Maurice Papon, *L'ère des responsables,* La Noria, Presse de Tunis, 1954, p. 49. Au-delà d'incarner la bureaucratie d'époque, ses liens avec l'aéronautique se resserrent lorsqu'il prend la direction de Sud-Aviation en 1967.

[699] *Ibid.* p.50

[700] *Ibid. p. 23*

mémoire ; faire passer à l'action »[701]. Nous retenons particulièrement l'idée de *frapper la mémoire*, à la résonance particulière ; pour éveiller une clientèle « *à la pointe du progrès* », discours nébuleux sans réelle proposition historique, Air France oppose simultanément et franchement deux discours : ce qu'elle est et ce qu'elle n'est pas.

2.2.3.3. Le dispositif racial et colonial de la modernité

Tout au long des années 1950 la compagnie propose le même corpus d'image sur ses bulletins horaires, à savoir l'association de la technologie aéronautique avec l'étendue de son réseau. En 1953, par exemple, un DC 4 ou un Languedoc 161 survolent le ciel au-dessus d'une nappe nuageuse tandis que le globe terrestre se confond avec une horloge[702]. On retrouve également le Constellation, qui tourne autour de la planète, en laissant dans son sillage une trace blanche, témoin éphémère de la rapidité avec lequel il se livre à cet exercice[703]. Au verso de toutes ces compositions apparaissent différents planisphères qui tantôt célèbrent les routes américaines[704], tantôt les routes coloniales africaines[705]. Si l'iconographie publicitaire des bulletins met en scène la modernité (technologie de pointe, vitesse et flux économique), ses affiches mettent souvent en scène le traditionalisme des destinations touristiques. La série peinte par Vincent Guerra en 1950 est édifiante : le monde « indigène », pieds dans le sable du Sahara, regarde un quadrimoteur français survoler le territoire (voir figure n°11)[706]. Paul Colin représente l'Afrique en 1956 par des buffles, des éléphants et des lions allongés dans la savane[707]. La lithographie de Villemot imprimée en 1958 propose dans un autre style graphique une vision simplifiée de l'Amérique du Sud, où lamas et *ponchos* inspirent au premier plan l'exotisme[708], comme le fait Dubois lorsqu'il peint un toucan amazonien au sommet d'une passerelle d'embarquement[709]. Sans être exhaustif, la grande majorité des productions artistiques diffusées par Air France s'inscrit dans ce rapport modernité / anti-modernité. Le dépaysement, l'aventure, l'inconnu, soit l'ensemble du champ

[701] *France Aviation,* n°6, mai 1955.

[702] Bulletin horaire d'Air France, janvier 1953. Archives du musée Air France

[703] Bulletin horaire d'Air France, hiver 1954. Archives du musée Air France.

[704] Bulletin horaire d'Air France, hiver 1955. Archives du musée Air France.

[705] Bulletin horaire d'Air France, hiver 1957. Archives du musée Air France.

[706] Vincent Guerra, affiche publicitaire, imprimerie ALEPEE, 1960. Archives du musée Air France.

[707] Paul Collin affiche publicitaire imprimée par S.A. Courbet, 1956. Archives du musée Air France.

[708] Villemot, affiche publicitaire imprimée par S.A. Courbet, 1958. Archives du musée Air France.

[709] Dubois affiche publicitaire imprimée par Bedos, 1957. Archives du musée Air France.

lexical récupéré par le complexe marchand du tourisme international prolonge en réalité le rapport colonial du Nord au Sud.

Illustration n°13 : la modernité coloniale, affiche de Vincent Guerra, 1950.

Pour Linda Boukhris et Emmanuelle Peyvel, il est clair que « *le tourisme a été un puissant vecteur de circulation de ces structures de pensée* [coloniale] »[710]. La culture impériale est enracinée profondément dans la société française et son continuum historique s'observe effectivement dans la création de circuits touristiques coloniaux[711]. Les études mettent en avant deux ressorts fondamentaux de ce continuum : la patrimonialisation des traditions « indigènes » et la promotion de l'action civilisatrice à travers l'aménagement du territoire. Dans un numéro de *Via* de 2016, Linda Boukhris et Amandine Chapuis annoncent même que « *le déploiement de l'ordre colonial se structure à partir d'une dialectique entre la modernité des puissances colonisatrices et la tradition essentialisée des peuples colonisés* »[712]. C'est ce que confirment les travaux sur les politiques de conservation et de restauration du patrimoine colonial, à l'image de ce qu'a entrepris le maréchal Lyautey au Maroc. En aménageant à partir de 1916 des quartiers européens dans ces « villes nouvelles », où des quartiers à l'architecture française aux rues rectilignes côtoient les médinas[713], le pouvoir colonial met en scène l'antagonisme entre deux mondes. Il s'agit de comprendre la production iconographique du tourisme, notamment à travers la carte postale[714], comme un dispositif spectaculaire de cet antagonisme culturel.

Cette distinction entre le monde sauvage et le monde civilisé opère à la racine même du système de genre moderne, dont les représentations, loin d'être hermétiques, s'alimentent en permanence pour redéfinir les corps hégémoniques et les corps subalternes[715]. Le projet de genre d'une société coloniale est de présenter « *l'altérité radicale* » pour façonner les subjectivités métropolitaines[716] : la société coloniale doit être l'inverse de la société colonisée. *France Aviation* réactualise systématiquement ce rapport essentialisé, à raison de presque une

[710] Linda Boukhris, Emmanuelle Peyvel, « Le tourisme à l'épreuve des paradigmes post et décoloniaux », *Via,* n°16, 2019.

[711] Pascal Blanchard et Sandrine Lemaire, *Culture impériale (1931-1961) : Les colonies au cœur de la république,* Autrement, 2011, 280 p.

[712] Linda Boukhris et Amandine Chapuis, « Circulations, espace et pouvoir : penser le tourisme pour penser le politique, *Via,* n°18, 2016.

[713] Michel Abitbol, « Le Maroc de Lyautey », dans *Histoire du Maroc,* Perrin, 2014, pp. 413-445

[714] Safia Belmenouar, *Bons baisers des colonies*, Editions Alternatives, 2007, 143 p. L'idée de l'autrice est de rendre évident la racialité dans notre rapport au genre, encore effectif aujourd'hui. Les corps racisés possèdent une charge érotique que la masculinité blanche consomme, héritage puissamment incorporé de l'idéologie impérialiste. En revanche, certaines critiques s'adressent au manque de recul historien de l'autrice, qui, *in fine*, ne fait que réactualiser ce système de domination sans nécessairement le désamorcer.

[715] Elsa Dorlin, *La matrice de la race, généalogie sexuelle et coloniale de la Nation française*, La Découverte, 2006, 300 p.

[716] Linda Boukhris et Amandine Chapuis, *opus. cit.*

occurrence par numéro sur la décennie 1950. En témoigne le texte d'une agente commerciale d'Air France intitulé « *11000 kilomètres : voyage éclair en Afrique* », où se côtoient photos et récit de voyage :

> « *Court voyage nous emmenant d'un coup d'aile au bord du grand Niger où une surprise nous attendait : des danses ! Ces danses africaines, fascinantes, envoûtantes, au rythme lancinant du tam tam, interprétées par ces hommes d'ébène, ruisselant de sueur mais infatigables sous le brûlant soleil de la saison sèche (...)* »[717].

En plus de s'inscrire dans un imaginaire typiquement colonial, l'autrice évoque cette absence de modernité africaine, en calquant ironiquement la vie parisienne à Ouagadougou : « *à peine dépaysés par les Champs-Elysées, (...) nous gagnons le « Bois de Boulogne », sec à cette période de l'année, et passons sur un « Pont des soupirs » bien peu vénitien* ».

La presse d'entreprise exprime parfaitement comment la culture touristique prolonge des dynamiques héritées de la fin du XIX[ème] siècle, où le racisme institutionnel irriguait tous les champs sociaux, notamment celui de l'éducation. « *Le tour du monde de deux enfants* » est un article de *France Aviation* qui s'intéresse aux enfants du personnel navigant d'Air France. L'une d'entre eux, Dominique, raconte des anecdotes de son tour du globe dans une lettre manuscrite : elle mange avec les doigts lors d'un banquet tahitien où les danseuses « *sont très jolies* », elle monte à dos d'éléphant à Angkor, etc.[718]. Le titre renvoie intuitivement à l'ouvrage pédagogique de 1877, *Le tour de France par deux enfants*, grâce auquel l'État cherchait à solidifier l'affect national en insistant, entre autres, sur la mission civilisatrice de la race blanche[719]. Si l'impact réel de l'article de *France Aviation* est comparativement anodin, il demeure en revanche un bon indicateur de l'implication d'Air France dans le dispositif touristico-colonial. La France est placée au centre du monde. La consommation vacancière de la périphérie prend une valeur pédagogique, à savoir celle d'affirmer une civilité supérieure des enfants blancs, qui savent manier les instruments de la modernité, avec, en premier plan, le voyage en avion. Ainsi de Jean-Paul et Françoise, enfants fictifs d'un père travaillant dans l'import-export, dont le tour du monde se décline sous la forme d'un jeu essentialisant les

[717] *France Aviation,* n°78, mai 1961.

[718] *France Aviation,* n°73, décembre 1960.

[719] G. Brunot, *Le Tour de la France par deux enfants,* édition de 1877, p.188

destinations touristiques autour d'une figure métonymique, souvent genrée, tel le *macho* mexicain ou la *geisha* japonaise[720]. On s'intéressera surtout aux photos sur l'image du dessous (figure n°12) :

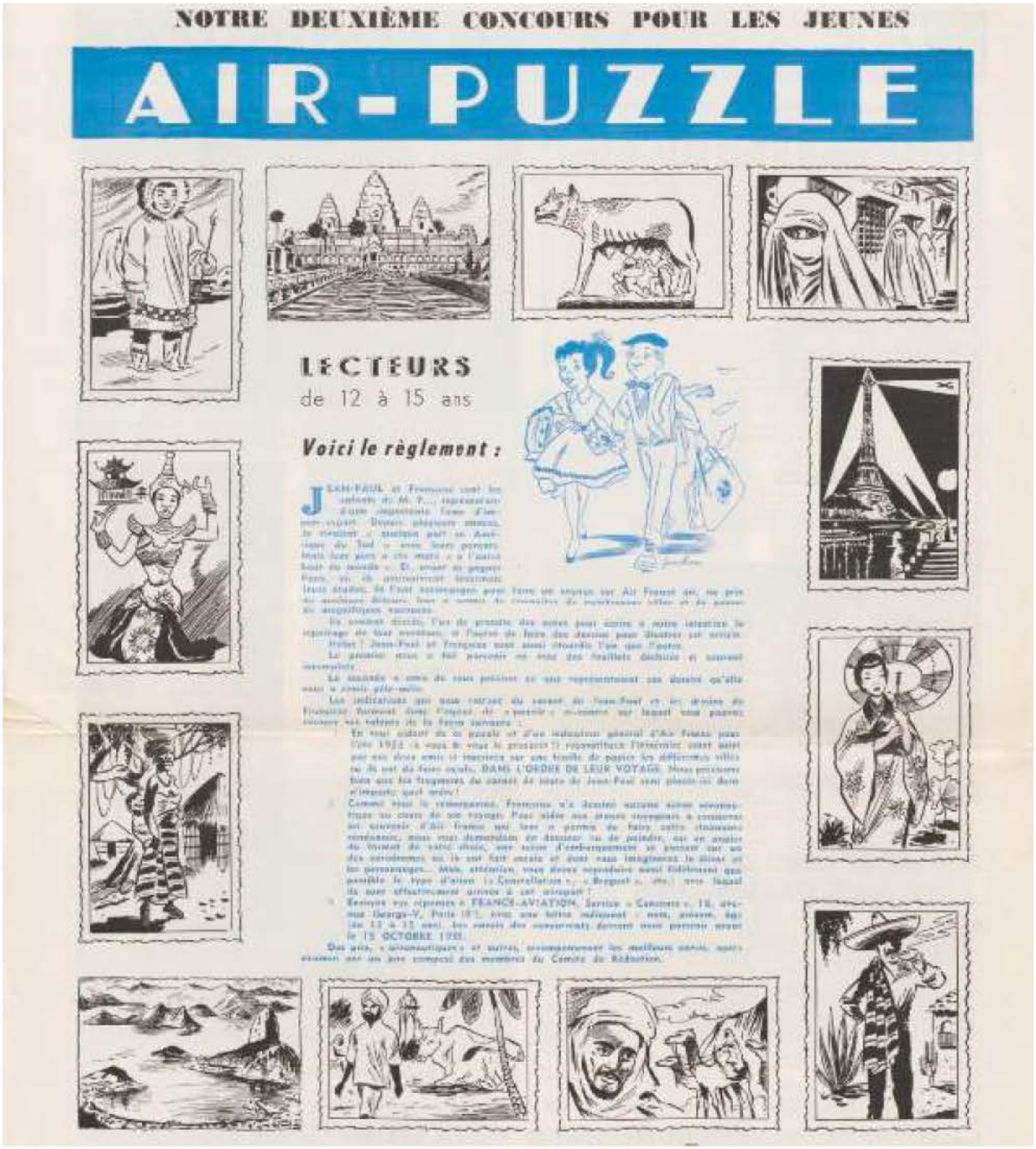


Illustration n°14 : du dispositif colonial au dispositif touristique, France Aviation, n°45, août 1958

[720] *France Aviation,* n°45, août 1958.

L'accès à l'aviation marchande est un signe d'occidentalisation des pays – synonyme de progrès dans le discours dominant. L'historien Jean Descola, inspecteur commercial d'Air France depuis 1945, témoigne pour *France Aviation* de son intérêt pour les conquistadors et les moyens techniques de la conquête. Sa conclusion, explicite, confirme les liens qu'il établit entre héritage colonial, technologie et mission touristique contemporaine : « *mon second métier n'est pas si éloigné du premier… les caravelles de jadis n'ont-elles pas frayé la route aux Super-Constellation d'aujourd'hui ?* »[721]. Il est inscrit dans la tradition aérienne de lier le passé colonial ou « d'exploration » à l'ouverture des lignes : la première liaison Paris-New-York assurée par un Lockheed Constellation est inaugurée en grande pompe par les officiels le 2 octobre 1950, soit la date anniversaire de l'expédition de Jacques Cartier[722].

France Aviation s'intéresse fréquemment aux compagnies aériennes internationales, qui fonctionnent comme une marque d'ouverture au monde des pays représentés. Ainsi de la Turquie, devenue un centre névralgique des lignes moyen-courriers d'Air France grâce à une desserte quotidienne en 1956 vers Istanbul. Intitulé « *la Turquie moderne vole sur la voie du progrès* », l'article établit une liaison évidente entre aviation et modernité politique : « *Dotée depuis 1950 d'un régime démocratique, la Turquie, s'adaptant vaillamment au prix de l'ère pré atomique, s'est mise soudain à voler sur la voie du progrès* »[723]. La mécanisation de son agriculture, l'exploitation minière des sous-sols, la construction de barrages sont les premiers signes d'un dynamisme économique, mais c'est surtout par la qualité de ses aérodromes et son ouverture touristique que la Turquie s'insère dans le jeu des puissances occidentales. Pour « *convier les étrangers dans la maison turque* », il aura fallu au régime républicain fondé par Mustapha Kemal Atatürk en 1923 blanchir progressivement son visage, en s'éloignant de son héritage ottoman et musulman – avec comme « patte blanche » la Constitution de 1937 annonçant la laïcité de l'État Turc[724]. En soit, la culture aérienne s'inscrit pleinement dans ce que Quijano nomme la colonialité du pouvoir[725] : la campagne commerciale « *à la pointe du Progrès* » réactive le récit qui organise l'appartenance à la modernité selon la race et les manifestations culturelles qui lui sont associées. La blanchité, dans sa définition

[721] *France Aviation,* n°8, *opus. cit.*

[722] D'après les témoignages des passionnés de l'histoire aéronautique, disponibles sur le site suivant : https://aviatechno.net/constellation/suivi_matricule.php?mat=F-BAZS

[723] *France Aviation,* n°18, mai 1956.

[724] Thierry Zarcone, *La Turquie moderne et l'islam,* Flammarion, 2004, 262 p.

[725] Aníbal Quijano, « Race et colonialité du pouvoir », dans *Mouvements,* 2007, n°51, pp. 111-118.

sociologique[726], se construit notamment autour de l'individualité des personnes blanches, par opposition à la foule indigène, rassemblée dans ces images d'enfants sans âge, curieu·ses·x, aggloméré·e·s autour de l'occidental·e qu'on identifie par un nom et un récit de vie : on en trouve l'exemple lors d'une remise de médaille pour un concours de tennis organisé par Air France « *en Afrique* »[727]. Ce rapport raciste aux corps alimente largement la production de normes sociales sur un plan historique[728]. C'est une des réalisations les plus dramatiques du discours moderne, qui a pour matrice la classification raciale du monde social.

Formulée différemment, Kristin Ross livre une analyse frappante de ce que la modernisation de la France crée comme « anti-modernité ». Selon elle, l'obsession pour l'hygiène qui saisit la société française au tournant des années 1960 camoufle l'angoisse d'un empire colonial qui s'effrite depuis sa défaite de 1940. À la saleté de la guerre d'Algérie on oppose la blancheur de Colgate, aux bidonvilles de Nanterre une furieuse envie de décapage. Les magazines féminins, avec à leur tête *Elle* ou *Marie Claire* (reparut en 1954 après une longue interruption), jouèrent pour l'historienne états-unienne « *un rôle déterminant dans la propagation et la normalisation de l'effort de modernisation entrepris par l'État* »[729]. La recomposition du bonheur et de l'optimisme perdus passe par la reconstruction des attributs féminins ; puisque les États-Unis sont devenus le nouveau pôle d'attraction, ces magazines se font la vitrine des corps d'Outre-Atlantique à la propreté exubérante. L'explosion du marché des produits d'hygiène et de beauté traduit cette volonté d'emprunter les chemins du bonheur capitaliste, matérialisés par des corps modernes et brillants. Le succès de cette entreprise se mesure à la diffusion d'épouvantails de façon spectaculaire – au sens attribué par Guy Debord ; le monde colonial et l'horreur des guerres de décolonisation vient dresser la frontière entre ce que sont les corps modernes et les corps archaïques, entre ce que la France doit être et ce qu'elle ne peut pas être[730]. Roland Barthes ne passe pas à côté de ce fait social lorsqu'il intègre

[726] La blanchité est un concept né dans les années 1990 aux Etats-Unis et popularisé sur la scène académique française par Maxime Cervulle. Il permet de systématiser le rapport racial au pouvoir en y insérant le pôle hégémonique qu'a formé la culture coloniale des élites occidentales. Le blanc, plus qu'une couleur de peau, renvoie à des usages sociaux et culturels qui transparaissent dans la démarche, l'attitude ou l'intonation de manière quasi-ethnographique. Voir Maxime Cervulle, « La conscience dominante. Rapports sociaux de race et subjectivation », dans *Cahiers du Genre,* 2012, n°53, pp. 37-54

[727] *France Aviation,* n°18, *opus. cit.*

[728] Houria Boutedja, *Les blancs, les Juifs et nous, vers une politique de l'amour révolutionnaire*, La Fabrique, 2016, 143 p.

[729] Kristin Ross, *opus. cit.* p.109

[730] Les massacres perpétrés par l'armée française sont dissimulés et ne circulent pas dans les représentations collectives à ce moment-là. Le rôle d'épouvantail est attribué aux corps « barbares », ceux en résistance contre l'impérialisme blanc. Le meilleur exemple est sans doute l'embuscade de Palestro le 18 mai 1956, où les

les crèmes de beauté à ses mythologies, en signalant « *la grande fringale de propreté* » que ressent le pays après des années de privations[731].

Nous observons la pertinence de cette lecture dans notre terrain d'étude, notamment dans les pages de *France Aviation*, où, en plus d'exhiber l'exotisme des populations coloniales, la ligne éditoriale réhabilite en permanence la civilité parfumée de la femme blanche et la puissance de l'homme blanc, dominateur des technologies les plus avancées, pionnier par définition. Le journaliste scientifique Pierre de Latil écrit dans le *France Aviation* de novembre 1958 que la courbe du « Progrès » (mesurable au nombre de découvertes scientifiques comme la turbo réaction ou la force atomique) se confond avec la courbe de l'histoire. Selon lui, « *la situation présente apparaît éminente : nous sommes au point où l'homme s'accomplit* »[732]. Cet accomplissement masculin se traduit par la maitrise des technologies nouvelles, dont fait partie la réaction, et leur mise en œuvre dans la conquête des espaces. La presse d'entreprise publie simultanément des récits coloniaux, comme les souvenirs du général Vuillemin sur la « *conquête aérienne du Sahara* »[733], ou encore la « *conquête pacifique du ciel malgache* » par l'aviation civile[734]. L'administrateur type de la société d'après-guerre consacre l'expression masculine d'une modernité technicienne. Nancy Fraser parle même de « *masculinité modernisée* »[735]. Notre corpus de sources offre une visibilité historique à cette proposition, tant le champ de l'aéronautique resserre les liens entre la masculinité et la technicité.

2.2.3.4. Redéfinir la masculinité aérienne au prisme de la technique

cadavres des soldats français ont été émasculés. Raphaëlle Blanche rappelle le rôle catalyseur de cet événement, qui confirme que la masculinité blanche se construit dans sa relation aux corps racisés. Voir Raphaëlle Branche, « La masculinité à l'épreuve et la guerre sans nom », *Clio, Femmes, genre, histoire,* n°20, 2004, p.

[731] Roland Barthes, *opus. cit.* p. 85

[732] *France Aviation*, n°48, novembre 1958.

[733] *France Aviation*, °53, avril 1959.

[734] *France Aviation*, n°60, *opus. cit.*

[735] Nancy Fraser, *opus. cit.*

Depuis sa création en décembre 1954, la revue d'entreprise *France Aviation* offre beaucoup d'espace aux hommes de l'air. Il s'agit, d'une part, de solidifier le récit mythifié des pilotes de l'Aéropostale et, d'autre part, d'établir la passerelle entre modernité et masculinité. On retrouve de nombreuses pages qui célèbrent les exploits de Marcel Nogues[736], Lucien Boussotrot[737], Mermoz[738] ou encore Henry Farman[739], en insistant particulièrement sur leur génie, leur loyauté et leur sang-froid à toute épreuve. Dans un numéro spécial « jeunes », la revue revient sur la linéarité du progrès aéronautique en retraçant l'évolution technique du biplan Bréguet de 1911 jusqu'au très attendu Boeing 707. Cet encadré historique s'accompagne d'une perspective autour du métier de pilote. Il y est écrit :

> « *Aux temps héroïques, pour être pilote, il fallait être un athlète capable de manœuvrer des commandes très dures (...), être résistant au froid, (...) parer à tous les coups durs inattendus (...). Aujourd'hui, les cabines d'avion sont chauffées, l'air y est conditionné. Le pilote est assisté par de nombreux services à terre (...). Mais toutes ces perfections techniques ne vont pas sans une grande complexité et le pilote doit être un technicien (...). D'autre part, il faut toujours, sinon être un athlète, du moins posséder des moyens physiques et nerveux au-dessus de la moyenne : une vue excellente, des réflexes parfaits, du sang-froid, une grande résistance à la fatigue et au sommeil* »[740].

Cet éditorial illustre la trajectoire qu'emprunte la masculinité hégémonique au tournant des années 1960. En vue d'assurer la reproduction de ses codes culturels, il lui faut affirmer la directe filiation avec les héros du passé, dont la masculinité triomphante est déjà institutionnalisée. La valeur que prend le corps masculin reste centrale même si elle est détournée (sang-froid, robustesse, exigence et exemplarité). Ce que les aviateurs contemporains perdent en prestige historique, ils le gagnent en innovation technique. Comme le préfigure le texte, l'homme fort par excellence sera désormais l'ingénieur.

[736] *France Aviation,* n°13, *opus. cit.*

[737] *France Aviation,* n°15, février 1956.

[738] *France Aviation,* n°26, *opus. cit.*

[739] *France Aviation,* n°46, septembre 1958.

[740] *France Aviation,* n°47, octobre 1958.

Robert Savreux le confirme dans sa série d'articles appelée « *des hommes pilotes des avions* ». Il y assure une continuité entre l'héroïsme des pilotes des premières générations avec les capacités techniques des pilotes contemporains. Si les premiers étaient personnifiés par « *le grand Mermoz* (…) *capable de se battre de longues heures durant dans la tempête et conserver assez de force pour guider vers son but sa pesante machine* », les seconds n'ont plus besoin d'attributs physiques significatifs. « *Le commandant de bord pilote maintenant des appareils beaucoup plus lourds mais parfaitement équilibrés dotés de commandes hydrauliques* », ce qui rend le vol commercial moderne incomparable avec les vols des pionniers. Pour autant, la nouvelle technicité des vols ne dévalue pas la masculinité des pilotes, bien au contraire. Cette dernière tente de se recomposer autour de la maitrise technique et humaine ; ce que les pilotes perdent en autonomie, ils le récupèrent en responsabilité d'équipage du fait de l'importance croissante que prend le service à bord[741].

Robert Savreux met par ailleurs en exergue une dimension sacrificielle qui ne disparaît pas avec la modernité des appareils. Le rythme accru des long-courriers, l'augmentation des temps de vol, la pressurisation des cabines ou encore le décalage horaire jouent sur l'organisme. Un commandant de bord déclare ainsi qu'« *il faut une sacrée carcasse pour résister à ça (…). Et puis la machine humaine se fait à tout lorsqu'elle est bien constituée* »[742]. Les pilotes d'Air France lancent une première grève en juin 1960 pour protester contre les protocoles de vols sur Boeing, en insistant sur la fatigue anormale ressentie[743]. Étendu à tout l'équipage, ce conflit se résout dans la supervision médicale des protocoles de vol sur « jet ». Circonscrite à la presse spécialisée (médicale ou aéronautique), on compte néanmoins 22 articles publiés entre 1958 et 1962 s'intéressant aux problèmes médicaux que pose le vol sur avion à réaction[744]. La mise en danger des corps navigants, pensée essentiellement au masculin, irrigue en continue le métier de pilote, de façon à garder un ancrage généalogique avec les anciens de l'Aéropostale. Cette tendance historique se confirme dans les études sociologiques contemporaines, notamment dans les travaux de Caroline Moricot : les pilotes de chasse, malgré une automatisation presque totale des systèmes de vol, ont un « *corps qui résiste au traitement (souvent mauvais) qui lui est infligé* »[745]. Cette présence des corps dans la machine, de plus en plus discrète, n'en constitue pas moins un facteur d'identification

[741] *France Aviation,* n°17, *opus. cit.*

[742] *ibid.*

[743] *Tonus*, *publication intérieure éditée par les laboratoires*, n°19, 13 juin 1961.

[744] D'après un travail d'archivage réalisé par le SNPNC. Nous détaillerons la teneur de ces articles dans le chapitre suivant.

professionnelle puissant et, plus largement, une marque d'héroïsme. L'analogie entre la « carcasse » de l'homme et la « carcasse » de la machine s'insère dans une longue tradition moderne, particulièrement visible dans la littérature. Les lycéen·ne·s étudient encore aujourd'hui *La bête humaine* de Zola, dans laquelle les affects violents de Jacques se confondent avec la puissance mécanique d'une locomotive[746]. Ce lien organique entre le progrès humain et le progrès technique suppose une resignification des pratiques genrées dans les espaces définis par la machine, dont la généalogie est loin d'avoir été établie.

Il existe une large production scientifique menée par l'équipe du laboratoire CETCOPRA sur l'interaction sujet / machine dans l'aviation militaire ou civile. La mise en service des *glass cockpit* (numérisation de l'espace de pilotage) dans les années 2000 s'est accompagnée d'une littérature scientifique sur le rôle des pilotes vis-à-vis des machines, sur la place de la responsabilité humaine, et plus largement sur le rapport du corps humain à l'automatisme[747]. La sociologie du travail francophone s'intéresse, dès la fin des années 1980, à l'objet volant et à son autonomisation, particulièrement à travers les dispositifs digitaux de l'Airbus 320[748]. Rassemblées autour des figures du pilote, de l'ingénieur ou du contrôleur, les différentes publications n'abordent pourtant pas la thématique de la masculinité, ni plus largement du système de genre. Dans leur dernier ouvrage sur les pilotes de chasse, Gérard Dubey et Caroline Moricot, consacrent un chapitre à « *l'éthique du combattant* » et sa reproduction numérique via le simulateur, le jeu vidéo ou l'usage du drone, sans nommer une seule fois la construction essentiellement masculine de ce système de valeur[749]. À l'inverse, la littérature spécialisée sur le genre ne s'est pas encore véritablement saisie du terrain d'étude proprement « technicien ». La plupart des études se focalisent sur l'héroïsation des pilotes à la suite de la première guerre mondiale, lorsque s'opère un croisement des identités civiles et militaires. Le prolongement d'une masculinité élaborée dans le champ militaire aux espaces civils institue, de manière durable, un rapport sexué à la technologie aéronautique[750]. Mis à

[745] Caroline Moricot, « A son corps défendant ! Le pilote et l'automate », dans Alain Gras et Gérard Dubey (dir.), *L'avion, le rêve, la puissance et le doute*, Publications de la Sorbonne, 2009, p. 172

[746] Marta Caraion, *Objets en liberté*, Archipel Suisse, 2005, 222 p.

[747] On peut citer notamment le travail de Caroline Moricot, « L'engagement du corps et de sens dans le pilotage en ligne d'un avion à cockpit de verre », *Perspectives interdisciplinaires sur le travail et la santé (PIS-TES),* n°2, avril 2000

[748] Alain Gras, « Le pilote, l'écran et la secrétaire », *Futuribles,* 1986.

[749] Gérard Dubey et Caroline Moricot, *Dans la peau d'un pilote de chasse, le spleen de l'homme-machine*, PUF, 2016, 244 p.

[750] Damien Accoulon et Tom Dufour, « Des airs genrés ? », *Nacelles* [En ligne], 12 | 2022, mis en ligne le 20 juin 2022, consulté le 01 novembre 2023. URL : http://interfas.univ-tlse2.fr/nacelles/1618

part Tom Wolfe, qui évalue à travers la fiction l'importance des systèmes macro-techniques dans la redéfinition de l'identité masculine autour du pilote[751], aucune étude francophone ne généralise cette analyse au deuxième XX^{ème} siècle. Ce dernier ne retient pas autant l'attention historienne que la période victorienne ou l'entre-deux-guerres, où la fascination pour la machine volante resserre le lien entre modernité, masculinité et expression artistique de façon remarquable[752]. Les populations occidentales s'habituant au fur et à mesure à la culture aérienne, la fétichisation culturelle des corporalités associées à la pratique du vol n'occupe plus les mêmes espaces. Les icônes genrées circulent davantage, la culture aérienne infuse plus largement et de manière plus diffuse. Il nous semble essentiel de repérer comment le corps du pilote, si fortement chargé de représentations, se réinvente avec la transformation technologique des habitacles. Nous attirons donc l'attention sur l'intérêt majeur d'une étude spécifique autour de l'arrivée de l'aviation à réaction et ses implications genrées. La transformation des technologies de vol se conjugue à une resignification du pouvoir et de son exercice microsocial. La masculinité hégémonique doit survivre à la numérisation des secteurs professionnels, où s'opère une mise à distance progressive de l'usage du corps. Camille analyse très finement ce processus, du fait de son histoire personnelle et d'une maîtrise en ergonomie. La perte de prestige des métiers associés au pilotage correspond au fait que l'ingénieur se glisse entre le pilote et le manche :

> « *Avant, c'était un métier glorieux, « les seigneurs de l'Atlantique », qui s'est détérioré à cause de l'arrivée des femmes dans les cockpits et de l'arrivée des ingénieurs informaticiens dans la conception de l'avion. Le pilote n'était plus dans la boucle. Contrairement aux premiers pilotes qui savaient exactement ce que son geste impliquait dans la machine, car le pilotage était à l'époque très manuel. Les informaticiens ont introduit des calculs entre les bras du pilote et les gouvernes de l'avion : le pilote ne sait plus ce qu'il fait* (…). *Dans la gestuelle et dans le pouvoir qu'on peut avoir sur la machine : si je décide d'aller à droite, je vais à droite, à gauche, je vais à gauche, comme en voile ou en vélo. Si tu viens mettre un système conçu par un autre, et que le pilote ne comprend pas ce système, le pilote perd son pouvoir et son emprise, il perd sa compétence et les fondamentaux*

[751] Tom Wolfe, *L'Étoffe des héros*, traduit par Paule Guivarch, Paris, Gallimard, 1982, 544 p.

[752] Robert Hemmings, « Modernity's Object: The Airplane, Masculinity, and Empire », *Criticism*, vol. 57, n°2, 2015, p. 283-308

du métier (…). *Quand le 320 est arrivé, plein de pilotes ont dit : « je n'irai jamais sur 320*[753]*, je ne suis pas une secrétaire » »*[754].

En bousculant les pratiques du pilotage au tournant des années 1960, l'ingénierie vient également troubler les dynamiques de genre. La masculinité hégémonique d'époque, constituée dans les actes héroïques et dans les canons de la virilité, absorbe ces nouveaux usages de la machine vers une masculinité davantage technicienne et intellectuelle.

2.3.3.5. La masculinité technicienne : un projet de genre hégémonique

Ce qu'on observe dans le champ de l'aéronautique est peut-être précurseur d'une transformation du monde social plus globale dans les années 1960. En tant qu'avant-garde technologique, la masculinité aérienne cristallise le projet hégémonique. En cela elle devient une architecte importante des identités de genre que performent les hommes de manière générale. Pour comprendre ce processus, il est intéressant d'associer cette perspective genrée aux mutations du travail, notamment productif, où la célébration de la technicité manuelle glisse vers la valorisation du geste intellectuel. L'ouvrier français qualifié, au savoir-faire manuel célébré, cède progressivement sa place aux machines-outils, dont le maniement implique des compétences largement différentes. Dans les usines toulousaines de Sud-Aviation, par exemple, les années 1960 sont marquées par la recomposition rapide des effectifs. Le nombre d'ouvriers chute au profit des techniciens[755]. Ce dernier est un cadre en devenir. Il bénéficie du prestige technique qu'offre la manipulation des machines-outils, à l'origine des transformations sociologiques du personnel. Pour reprendre l'idée de Luc Boltanski, les cadres – dont l'apparition accompagne la mutation du travail dans les années 1930 – deviennent un « *groupe social* » qui se rassemble autour de ce pôle d'attraction qu'est l'ingénierie, à savoir une maitrise de la technique productive sanctifié par des diplômes[756]. Ils jouent notamment un rôle idéologique prépondérant dans la création d'une société « sans classe ». Daniel Mothé, militant socialiste chez Renault et observateur contemporain, écrit même que « *le cadre est celui qui défend à la fois les intérêts de l'usine et les intérêts des*

[753] L'Airbus A320 est mis en service en 1988 à Air France. Il possède des systèmes de gestion automatique de vol très avancé (ordinateurs de nouvelle génération, nouveau système de communication air-sol, etc.).

[754] Entretien avec Camille, réalisé chez elle à Pin Balma, le 18 juin 2020, durée 2h02.

[755] En 1962, on compte 3588 ouvriers pour 1528 techniciens. En 1971, on compte 2003 ouvriers et 2879 techniciens. D'après Yvette Lucas, *Le vol du savoir,* Les séries de l'ERMOPRES, mars 1986, Université Le Mirail Toulouse, 255 p.

[756] Luc Boltanski, *Les cadres*, *la formation d'un groupe social,* 1982, Les éditions de minuit, 528 p.

salariés… Le cadre est donc à la fois patron, salarié et technicien »[757]. Ce flou dans la définition sociale du cadre se retrouve chez les sociologues, n'arrivant pas à se saisir de cet objet en ayant recours aux grilles de lecture traditionnelles[758]. Nous croyons essentiel de lier cette transformation du tissu productif aux propositions idéologiques du système technicien, à savoir intégrer massivement le corps salarial dans l'économie morale bourgeoise[759].

Il nous semble qu'un des vecteurs principaux qu'emprunte ce discours est celui de la refonte du corps masculin hégémonique en ingénieur diplômé. À la différence notoire des modèles héroïques antérieurs, ce modèle gagne en accessibilité, tout en préservant l'organisation classiste et raciale de la société (notamment à travers la reconfiguration du prolétariat autour d'une main d'œuvre émigrée), permettant par conséquent à l'ouvrier blanc de bénéficier des dividendes patriarcaux associés à son statut de complicité. Kristin Ross consacre un chapitre à ce qu'elle nomme « *les hommes nouveaux* », qu'elle identifie dans la figure du jeune cadre dynamique, lisant *l'Express* et s'inspirant du mode de vie états-unien. Cette reconfiguration des valeurs masculines forme un véritable pôle d'attraction dès la fin des années 1950 : on rêve d'être un homme urbain, rapide, fin connaisseur des technologies automobiles, informatiques ou aéronautiques, fasciné par les gadgets, entrepreneur, etc. [760].

Dans un court essai universitaire de 1961, l'économise François-Louis Closon annonce de manière prophétique le devenir de cet homme nouveau, qu'il recoupe sous la figure de l'ingénieur économiste :

> « *Cet homme a déjà place et chemine rapidement* (…). *Voilà qu'au-delà de l'ingénieur dont le savoir s'accroit et les machines se perfectionnent et se multiplient, se forme une manière de voir les choses, bientôt une manière de raisonner, qui marque notre époque* »[761].

[757] Daniel Mothé, *Militant chez Renault,* Seuil, 1965, p. 89. Citation tiré de Kristin Ross, *opus, cit,* p. 242

[758] Jean Bonis, *Les cadres, l'entreprise et l'environnement,* Sociologie du Travail, 1969, n°3, pp. 241-258

[759] Jaques Ellul, *La métamorphose du bourgeois,* Les Cobayes lettrés, 1967, 307 p.

[760] Kristin Ross, *opus. cit.* p. 240. Le chapitre est éloquent, mais par le lien établit entre les cadres révolutionnaires décoloniaux et les jeunes « cadres dynamiques » de la société blanche n'est, à nos yeux, pas convaincant.

[761] François-Louis Closon, *Un homme nouveau. l'ingénieur économiste*, PUF, 1961, 44 p.

S'il se concentre sur la technicité du travail économique, ce texte définit parallèlement le rôle social du cadre, glorifié par sa capacité à manipuler la technique. Pourtant François-Louis Closon annonce l'invisibilité de ces cadres ingénieurs « *sans tradition* », et pointe le fait que la « *la société française hésite encore à lui donner un nom* ». Il dénonce, à la manière de Maurice Papon, l'imperméabilité d'une certaine mentalité française au progrès et à la technique. La défiance exprimée vis-à-vis de la modernité empêche l'homme nouveau d'éclore parfaitement, faisant de lui une sorte d'avant-garde prestigieuse mais incomprise, incarnant un futur encore trop brillant pour des contemporain·e·s aveugles – pense-t-il au mouvement poujadiste, dont le programme d'inspiration maurassienne réactive une tradition antimoderniste ? Si la figure du publicitaire parisien, de l'ingénieur ou de l'entrepreneur peine encore à s'imposer en tant que représentation collective positive, le pilote, est, quant à lui, fort de son historicité. Il pourrait représenter, sans doute avec d'autres égéries techniciennes, un groupe pionnier de ce mouvement qu'opère la masculinité hégémonique, à savoir cette transition du responsable technocrate au jeune cadre dynamique. Ce dernier est reconstitué avec brio par la série « Mad Men » : le protagoniste Don Draper, ancien militaire au passé trouble, se reconstruit dans la peau d'un publicitaire de talent, propriétaire d'une maison dans les riches pavillons new-yorkais, mari d'une *housewife* savamment maquillée, amant fougueux, alcoolique raffiné et fumeur téméraire. La série arrive à saisir ce glissement d'une masculinité héritière de la guerre vers une masculinité ambitieuse et individualisée, propre aux nouveaux environnements professionnels des années 1960[762].

Dans un texte judicieusement nommé « *l'homme fasciné* », Ellul annonce que « *l'application de la technique renforce le statut social du technicien* » et par conséquent son intégration à l'économie morale bourgeoise. En tête de file de ce système de valeurs on retrouve l'optimisme et la performance individuelle[763]. Jean-François Georges, ingénieur spécialisé sur le programme Falcon chez Dassault, incarne ce système de fascination, proche de la croyance religieuse. Invité pour le colloque organisé par le CETCOPRA, il annonce que l'aéronautique est en réalité une figure métonymique de la modernité, qu'« *aucune aventure humaine n'a connu un progrès aussi prodigieux sur une durée aussi courte* » et qu'il est impensable que sa médiation contemporaine passe par le doute et sa remise en cause (changement climatique, accès à la mobilité, etc.)[764]. Autre professionnel du secteur, Gérard Feldzer, ingénieur et pilote d'essai, ancien commandant de bord chez Air France, est, en 2009,

[762] Goodlad, Lauren M.E.; Kaganovsky, Lilya; Rushing, Robert A. (eds.). *Mad Men,Mad World: Sex, Politics, Style, and the 1960s.* Durhamand London: DukeUniversity Press, 2013. 409 p.

[763] Jaques Ellul, *Le bluff technologique,* Fayard, Pluriel, 2010, 748 p.

encore directeur du Musée de l'Air. Il est un acteur important dans la médiatisation du « *rêve aéronautique* » à travers la présidence d'association ou la publication de livres[765]. Il incarne lui aussi cette fascination pour la technologie aérienne et les destinées masculines qui lui sont liées. Selon ses mots, « *il a fallu des hommes épris de liberté qui ont manié l'utopie* »[766] pour décoller de quelques centimètres avant de se poser sur la lune. On retrouve dans ces interventions spécialisées une illustration prosaïque de l'avertissement de Christophe Charle sur ce qu'impose le projet moderne : il est « *précisément inhérent au régime de la modernité de toujours vouloir proposer des scénarios réducteurs de la discordance à venir* »[767]. Cet optimisme toujours renouvelé, projeté vers le futur, balaye aveuglément les doutes en invoquant une science démiurgique et les égéries masculines qui lui sont liées, à l'effigie des grands ingénieurs, des savants, des politiques et des sachants en tout genre. À l'aube des années 1960, l'avion à réaction cristallise ces projections futuristes : on imagine les nouveaux aéroports[768], des appareils volant à plus de 20 km de haut, sans hublots, au filetage épuré[769], on envisage même l'aplanissement total des distances[770]. En publiant une carte censée représenter le gain de temps sur le territoire français depuis 1930 (figure n°13), *France Aviation* incarne encore une fois l'esprit moderne, persuadé que les bénéfices matériels qu'octroie la technique effacent les disparités humaines, à la manière d'un coup de chiffon sur l'héritage poussiéreux de l'obscurantisme et de la ruralité. On comprendra facilement en quoi cette cartographie témoigne d'une vision du monde plus que d'une réalité tangible :

[764] Jean-François Georges, « Le désenchantement de l'air », dans Alain Gras et Gérard Dubey (dir.), *opus. cit.* p. 48

[765] Gérard Feldzer, *Demain je serais pilote*, Gallimard Jeunesse, 1999, 48 p.

[766] Gérard Fledzer, dans Alain Gras et Gérard Dubey (dir.), *opus. cit.* p.36

[767] Christophe Charle, *Discordance des temps, une brève histoire de la modernité,* Dunod, pp. 538-566

[768] *France Aviation,* n°49, *opus. cit.*

[769] *France Aviation,* n°53, avril 1959.

[770] *France Aviation*, n°61, décembre 1959.

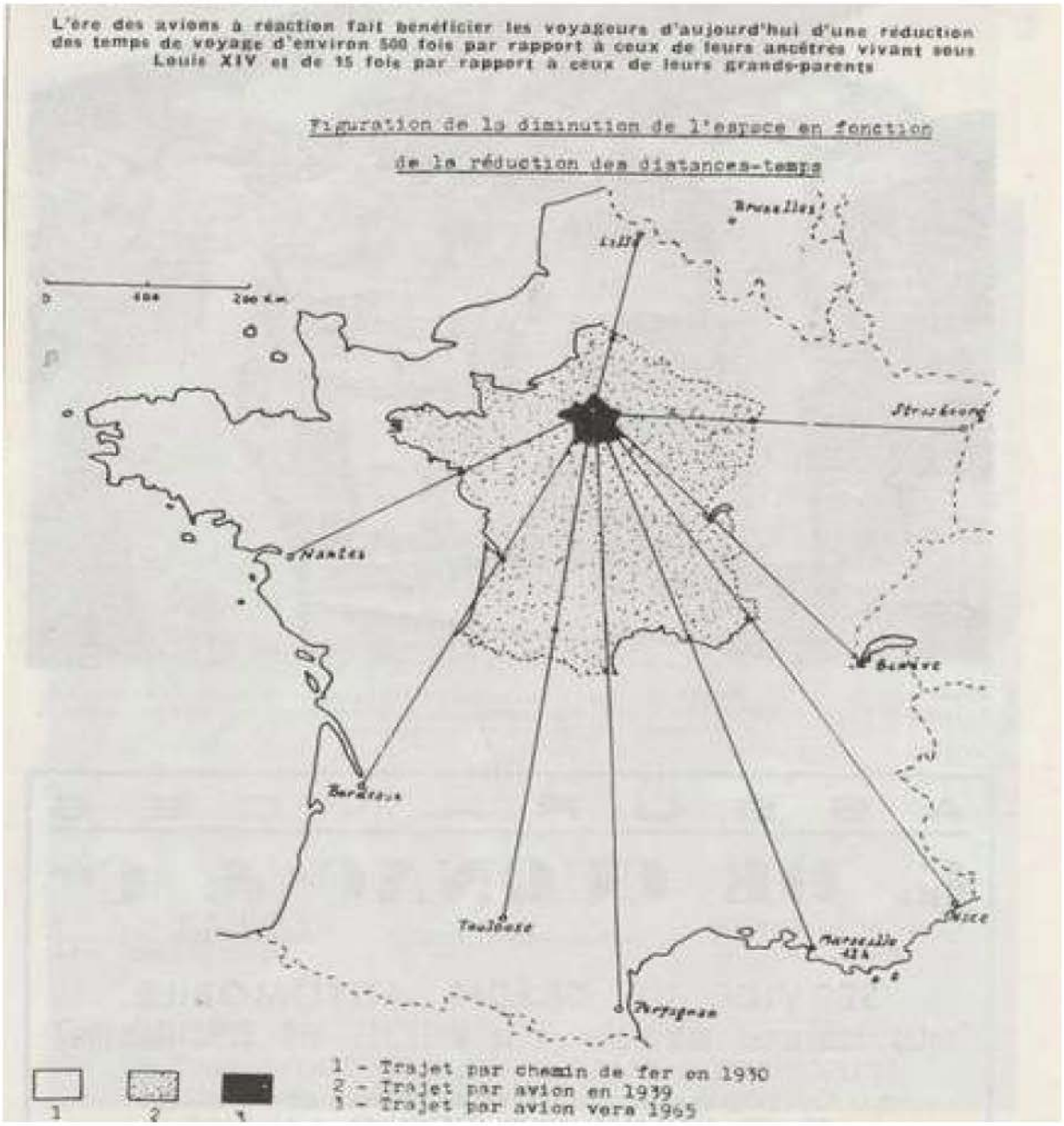


Illustration n°15 : un progrès uniforme, *France Aviation*, n°49, décembre 1958

C'est en invitant la technique dans le quotidien des masses que la modernité des années 1950 et 1960 renforce son dispositif idéologique. La contraction des distances par l'avion s'imagine homogène et transversale, l'aventure touristique aux quatre coins du globe accessible et reproductible partout, la sollicitude d'un service à bord un bien de consommation courant. Dans le champ aérien, cette normalisation du progrès s'accompagne d'efforts managériaux et commerciaux, particulièrement identifiables sur le corps de l'hôtesse.

2.3. Les hôtesses, d'une féminité traditionnelle au glamour

2.3.1. Les hôtesses de l'air comme objet de culture

En 1956, l'ancien résistant Jean Cassou publie un poème intitulé *L'hôtesse de l'air*. Le long texte commence dans les douleurs de la guerre, pour terminer vers la lumière ouverte d'un ciel, dans ce qui est peut-être une métaphore de la mort. Il s'attarde sur la perte et l'oubli d'une époque « d'avant », une époque encore accrochée aux récits des anciens, effacée par la catastrophe de l'exode et de la défaite. Il change soudainement de tonalité avec l'entrée de l'avion commercial, comme une bourrasque chassant des pensées nostalgiques. L'hôtesse de l'air, en accueillant les tourmenté·es, prend étrangement la place du passeur mythologique Charon, qui, d'une rive à l'autre, guiderait les âmes noircies par la guerre vers un futur brillant. Cet extrait illustre à nos yeux cette fonction régénératrice de l'hôtesse :

> *«Un coup d'avion m'emporte aux régions de l'amitié*
> *(...)*
> *Belle hôtesse, nous voici dispos. Et plus légers que l'air de ta patrie, et plus rieurs*
> *que le dieu de la danse avec l'écartement de ses lèvres et l'angle frénétique de ses genoux.*
> *Eh non! nous n'avons plus rien à déclarer, et c'est avec goguenardise*
> *que nous nous soumettrons à tout contrôle, car, je t'assure,*
> *nous sommes gens de large dépense et prodigues passagers,*
> *et nous avons dilapidé jusqu'à ce dont nul ne peut se souvenir plus.*
> *Plus, jamais plus, et plus effaces ni libres*
> *ne se peuvent les amis qui, sur ton seuil, conversent encore comme des ombres de philosophes*
> *avant le bénéfique silence insondable. O débarras!* »[771].

Dans ce poème, l'hôtesse est avant toute chose dotée d'une « *beauté qui sait tout* ». Elle est entièrement contenue dans cette beauté attentive et bienveillante qui attend, muette, que les hommes aient fini d'être heureux pour mourir. Malgré son silence de relique, elle ouvre la voie et l'auteur marche à sa suite. Elle emmène ses passagers sur les routes d'une modernité

[771] Archives manuscrites de la BNF, disponible dans le fonds Jean Cassou (côte NAF 28240).

pacifiée, qu'elle incarne à elle seule. Au seuil d'un avion, elle apparaît immaculée. On retrouve cette image sanctifiée dans le film franco-allemand de Géza von Radványi sorti en 1959. Romy Schneider, actrice célébrée pour incarnée Sissi l'Impératrice, joue le rôle d'un ange déguisé en hôtesse de l'air afin d'empêcher un suicide[772].

Il est significatif que l'hôtesse de l'air soit saisie comme objet de culture par Jean Cassou, alors conservateur en chef du musée d'art moderne, nommé en 1956 président du Comité national des écrivains. Cela témoigne de son insertion réussie dans les représentations nationales. Pourtant, nous recensons peu d'œuvres littéraires ou cinématographiques françaises qui s'intéressent à ce personnage au cours de la décennie 1950. C'est véritablement au sortir de la guerre que la littérature s'en est emparée. D'après l'index général de la Bibliothèque nationale française (BNF), pas moins de cinq ouvrages sont publiés entre 1947 et 1949, avec comme thème principal l'hôtesse[773]. Comparativement, l'index ne comptabilise que des traductions en français sur la décennie 1950. On recense davantage d'activité littéraire à son sujet du côté anglophone ou belge ; la Sabena et de British Overseas Airways Corporation (BOAC) investissent sans doute davantage l'image féminine sur cette période que leur homologue français[774]. Sur la période, c'est surtout la publicité qui devient le principal médiateur de son image. L'hôtesse est progressivement désenclavée de son rôle de représentation nationale. On retrouve cette dynamique en Belgique. Lors de la promotion du film *Mademoiselle Ange,* « *le visage et le corps de Romy Schneider, actrice iconique, sont déclinés sur tous les supports de l'Angel Air Lines : affiche, bus, rampe d'accès à l'avion ou encore poupée en plâtre à son effigie* »[775]. Nous comprenons le glamour comme une mise en valeur du capital érotique de la féminité[776]. Le dictionnaire Larousse le définit comme « *un type de sex-appeal sophistiqué, caractéristique de certaines stars hollywoodiennes* »[777] ; la « glamourisation » des effigies de cinéma est associée à une esthétique savamment travaillée et mise en image, qui semble presque irréelle pour la personne qui la regarde, censée

[772] Radványi, G-D. (réalisateur), 1959, *Mademoiselle Ange,* 87 min.

[773] En plus du roman de Charles Coulier, *opus. cit* et de l'autobiographie d'Alix Unienville, *opus. cit.,* nous pouvons citer les fictions suivantes : Lili. S. Junod, *Sylvie hôtesse de l'air*, 1947, Bibliothèque Pervenche, 192 p. C'est sans doute une inspiration pour la série belge francophone rédigée par René Philippe et éditée par Marabout Junior, car son premier numéro reprendra le titre exact de l'œuvre de Junod en 1955, afin d'en faire son personnage principal. On peut encore nommer Maurice de Rojac, *hôtesse de l'air*, Collection Joyeuse, Editions Alsatia, 1949, 212 p. et Mary Fontaine, *Alayne, hôtesse de l'air*, La Semeuse, 32 p.

[774] Vanessa d'Hooghe, *opus. cit.*

[775] Vanessa d'Hooghe, *opus. cit.* p. 40

[776] Eva Illouz, *opus. cit.*

[777] Dictionnaire Larousse en ligne. Lien URL : https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/glamour/37075

représenter une attitude sensuelle et envoûtante. L'industrie culturelle états-unienne se diffuse une image hollywoodienne des navigantes dès 1951, notamment à travers la campagne promotionnelle du film *Three Guys Named Mike*[778]. Ce dernier place une hôtesse devant un choix amoureux entre trois hommes aux fonctions parfaitement modernes : un commandant de bord, un scientifique et un publicitaire.

Dans son enquête sur les hôtesses de l'air publiée en 1959, Pierre Serval écrit que la publicité fait entrer définitivement les hôtesses dans le paysage mental français, grâce à la jonction effectuée entre modernité, beauté, hygiène et bien de consommation. Il recense les apparitions des navigantes sous la forme d'une liste :

> « *C'est un film publicitaire. A partir de 18 ans le dimanche, elle se rend à Orly pour voir décoller les avions. A 25 ans elle a réalisé son rêve : elle est Hôtesse de l'Air. Quelques années plus tard, c'est en robe de mariée qu'elle monte à bord d'un « Constellation », au bras du copilote. Le secret de sa réussite : avoir conservé son teint de jeune fille grâce au savon X, si pur et si doux.*
> *C'est une affiche. Une hôtesse d'Air-France ouvre la porte d'un réfrigérateur. Cet appareil, assure-t-elle, représente le dernier cri du confort aérien.*
> *C'est un communiqué. L'hôtesse descend du Paris-New-York. Le voyage n'a pas altéré sa beauté, car elle porte un fameux soutien-gorge (...). Courageuse, charmante et parfaitement bien élevée, l'hôtesse de l'air appartient à la mythologie du monde moderne (...) La preuve : elle est un personnage idéal pour la publicité* »[779].

L'hôtesse de l'air n'est plus seulement l'ambassadrice de la francité. Elle devient, à mesure que les compagnies aériennes réajustent leur discours commercial, l'ambassadrice de la modernité. Kathleen Barry note à juste titre qu'au niveau mondial, les femmes navigantes sont incroyablement homogènes, comme en témoigne une photo publiée dans *Life* le 25 août 1958, censée représenter la diversité des uniformes[780]. L'hôtesse incarne progressivement un style de vie reproductible et mondialisé. Dans son roman *J'ai vu vivre l'Amérique*, George Leblond écrit en 1957 : « *si j'étais un Américain décidé à en finir avec le célibat, je n'hésiterais pas*

[778] Kathleen Barry, *opus. cit.* p. 51

[779] Pierre Serval, *Hôtesses de l'air*, Reportages, 1959, p. 11

[780] Kathleen Barry, *opus. cit.* p. 58

une seule seconde : j'épouserais une hôtesse de l'air, n'importe laquelle »[781]. Il envie par ailleurs l'aura des pilotes, qui le ramènent à sa propre médiocrité, en imaginant « *qu'un certain nombre de ces surhommes épousent des hôtesses de l'air* ». Plus que jamais les femmes navigantes attestent de la réussite sociale de ceux qui en consomment les services.

Loin de disparaître, les stéréotypes genrés des premières générations se renforcent au fur et à mesure que l'hôtesse s'apparente au glamour états-unien, malgré tout le paradoxe que renferme celui-ci. Il exige en effet une pureté esthétique dans une fonction productive qui ne la permet pas, contradiction inhérente aux métiers de service féminisés[782]. C'est notamment au cours des années 1950 que les hôtesses de l'air font leur entrée dans le nouveau magazine masculin *Playboy*. Créée en 1953 aux États-Unis, l'iconique revue permet de retracer la transformation des codes des masculinités, notamment autour de cette jonction fondamentale entre la technique, son usage masculin et sa dimension raciale[783]. Loin d'être un mensuel masculin simplement érotique, Playboy est une industrie qui propose une architecture privée de la masculinité, autour d'une consommation spécifique et d'une décoration particulière. Paul Preciado décrit le projet de genre mené par Hugh Hefner comme une « *pornotopie* », soit un espace social capable d'établir des liens perceptibles entre la sexualité, le plaisir, l'architecture et la technologie[784]. La pornotopie est un espace qui donne raison à l'épistémologie de Joan C. Scott, selon laquelle les concepts de genre rendent visibles les structures du pouvoir. L'avion peut se comprendre comme une pornotopie, en cela qu'il suggère des performances sociales sexuelles singulières. Dans le numéro d'avril 1955, un texte fictionnel permet au lectorat états-unien d'imaginer le potentiel érotique d'un avion et de son personnel. Une publicité d'United Airlines prend la forme d'un témoignage d'un vol en classe *executive* (l'équivalent d'une Première classe), qui devient, dès sa publication dans *Playboy*, une marque de la masculinité triomphante[785]. Une des hôtesses de cette compagnie, Barbara Cameron, pose d'ailleurs en tant que *Miss December* en 1955[786]. En octobre 1957, la revue publie des lettres de *stewardesses* qui veulent devenir playmates, sous le titre sulfureux

[781] Georges Leblond, *J'ai vu vivre l'Amérique,* Fayard, 1957, 311 p.

[782] Marry Murray, *Skygirl. A Career Handbook for the Airline Stewardess*, 1951, Duell, Sloan and Pierce, 256 p.

[783] Monique Bourgade, Beyond the Centerfold: Masculinity, Technology, and Culture in Playboy's Multimedia Empire, 1953-1972, University of Michigan, Horace H. Rackham, School of Graduates Studies.

[784] Beatriz Preciado, *Pornotopia, arquitectura y sexualidad en Playboy durante la guerra fria,* Anagrama, Barcelona, 2010.

[785] *Playboy*, avril 1955.

[786] Kathleen Barry, *opus. cit.* p. 52

« Flying Sex Machines »[787]. Malgré une emprise de plus en plus grande des fictions sexualisées sur les hôtesses, les compagnies européennes, et particulièrement Air France, préservent une image plus traditionnelle de leur personnel navigant, notamment dans le mode de présence exigée lors de la sélection.

2.3.2. Le strict encadrement de la féminité des hôtesses d'Air France

Françoise Lagarde, recrutée en 1957 par Air France, est choisie par Solange Catry pour participer au concours organisé par la Warner Bros. Il s'agit d'incarner *The Spirit of Saint Louis* (l'appareil de Lindbergh) à l'occasion d'une projection du film de Billy Wilder – dans lequel James Steward devient une star d'Hollywood en plus d'être promu général de brigade[788]. L'événement est l'occasion d'un concours entre hôtesses de différentes compagnies, sous le regard notoire d'Ellen Church[789]. On y retrouve la forme d'évaluation privilégiée d'Air France, soit l'interrogatoire oral, qui permet d'évaluer la spontanéité et le type de féminité qui y est associée. Françoise sait-elle cuisiner du canard à l'orange ? Que pense-t-elle des hommes et du mariage ? Veut-elle des enfants ? Rêve-t-elle d'une carrière cinématographique ? Quel restaurant conseiller à Paris ou à New-York ? Anodin, cet événement mondain suggère que les techniques de recrutement sont déjà relativement standardisées au niveau international, renforçant cette homogénéisation de la féminité occidentale. La Sabena codifie par exemple le service à bord sur le modèle de l'hôtesse de maison en 1953, selon un agenda finalement très proche de celui d'Air France – le manuel PNT étant édité en 1954[790].

En assistant à la phase finale de la sélection d'Air France, Pierre Serval définit le mode de présence exigée des candidates. Elles sont jugées moins sur leur connaissance que sur leur réactivité. Il leur faut être précises dans leurs recommandations touristiques, mais démonstratives dans la description d'une ville ou d'un paysage ; il leur faut être autonomes et débrouillardes, mais dépendantes du regard des autres ; il leur faut posséder le savoir-faire de la sollicitude (s'être occupée d'un petit frère ou d'une mère malade, par exemple, est jugé positivement), sans faire preuve d'une assurance arrogante. Jacqueline Duval, chargée du

[787] *Playboy*, octobre 1957.

[788] *Le Monde*, 27 février 1957.

[789] Pierre Serval, *opus. cit.*

[790] Vanessa d'Hooghe, *opus. cit.*

recrutement à la suite de Solange Catry, annonce qu'Air France recherche en définitive des filles avec une forte présence morale mais aux gestes discrets :

> « *Nous voulons des filles à l'élégance naturelle, ni guindées, ni vulgaires. Nous recherchons plus le charme que la beauté. Nous refusons celles qui, attirées par une fallacieuse légende, viennent chez nous uniquement dans l'espoir de trouver un mari, milliardaire de préférence (...). Nous évitons les timides qui nous paraissent incurables, et les effrontées, si elles nous semblent inamendables. Nous aimons un mélange de réserve et d'assurance, de sens de la discipline et d'esprit d'initiative, de féminité et de force de caractère (...). C'est une question de dosage et de personnalité* »[791].

On retrouve cette constante des premières hôtesses d'Air France qui se présentaient comme allergiques aux appels sexualisés de la modernité états-unienne. Elles doivent renvoyer à une sorte de fidélité provinciale, de respectabilité héritée. Même si l'instinct aventurier les amène à consommer les produits de la Cinquième Avenue, leur ardeur au travail et leur sérieux émotionnel les ramènent systématiquement dans le giron de la dignité nationale. La féminité d'Air France est à l'image du rouge à lèvre dont elle délimite l'usage : « *un rouge frais et naturel qui ne déborde pas (...). Utiliser un rouge gras mais en atténuer le brillant à l'aide d'un papier absorbant* »[792]. Ce témoignage résonne particulièrement dans une introduction de Virginie Despentes :

> « *(...) L'idéal de la femme blanche, séduisante mais pas pute, bien mariée mais pas effacée, travaillant mais sans trop réussir, pour ne pas écraser son homme, mince mais pas névrosée par la nourriture, restant indéfiniment jeune sans se faire défigurer par les chirurgiens de l'esthétique, maman épanouie mais pas accaparée par les couches et les devoirs d'école, bonne maîtresse de maison mais pas bonniche traditionnelle, cultivée mais moins qu'un homme* »[793].

Pourtant, malgré les efforts d'Air France pour conserver le chic de la féminité parisienne, la sexualisation des corps féminins s'impose aux hôtesses avec d'autant plus

[791] Pierre Serval, *opus. cit.*

[792] Manuel du PNT, *opus. cit.*

[793] Virginie Despentes, *King Kong Théorie,* Editions Grasset et Fasquelle, 2006, p. 13

d'intensité qu'elles sont au service des hommes qui les regardent, dont le regard est pétri des représentations érotisantes occupant le paysage culturel. Solange Catry se souvient ainsi du problème que posait le chemisier d'hiver des années 1950 :

> « *Il avait la fâcheuse habitude de s'entrebâiller, tous les boutons sortant de leur boutonnière en même temps, dès que nous faisons le moindre mouvement. Comme nous n'étions pas là pour faire bien dans le paysage, quand, arrivant devant un passager et me baissant pour fixer sa tablette, je le voyais subitement distrait, j'étais sûre qu'il avait la vue plongeant sur les rondeurs que la Compagnie désirait faire oublier en nous habillant de façon aussi peu féminine que possible* »[794].

L'aspect encore très strict des uniformes et des coiffures assure cette fonction de préservation de la féminité nationale, tandis que la taille cintrée annonce la féminisation de la profession (voir figure n°14). L'exportation du modèle états-unien se repère moins dans la sexualisation de leurs corps que dans leur hygiénisation. Un article de *France Aviation* vante les hôtesses new-yorkaises en insistant sur leur propreté, délimitant par-là le modèle dominant de la féminité moderne : « *elles sont nettes, comme la plupart des Jeunes Américaines en uniforme qui sentent la douche, le nylon et ont des cheveux de gravure de mode* »[795]. Le manuel du PNC annonce clairement que ces dernier·ère·s ne doivent pas négliger « *les eaux dentifrices ni les eaux de toilette d'une senteur fraiche et discrète* », de façon à présenter au réveil de la clientèle des visages parfaitement disponibles.

Pour Pierre Serval, Françoise Lagarde incarne cette nouvelle génération d'hôtesses. Si leur adolescence fut marquée par la guerre, leur jeunesse l'est par l'optimisme de la reconstruction. L'hôtesse de 1959 est « *aussi belle que Marylin, aussi intelligente que Françoise Sagan* », mais ne doit revendiquer aucun de ces modèles ; le corps de Marylin Monroe est trop érotisé, et Françoise Sagan est trop désinvolte, trop nostalgique voire complètement désenchantée[796]. À l'opposé, on attend des futures hôtesses un enthousiasme inaltérable car elles doivent, avant tout, rassurer la clientèle sur le rêve moderne de l'aviation.

[794] Solange Catry, *opus. cit.*

[795] *France Aviation*, n°31, juin 1957.

[796] Dans son roman *Bonjour Tristesse* publiée en 1954, Françoise Sagan met en scène différentes expressions de la féminité d'époque depuis la hauteur de ses 18 ans : celle d'Elsa, enthousiaste mais vide et désemparée, et celle d'Anne, puissante, intellectuelle, mais malheureusement tragique.

Pierre Serval dit avec intelligence que pour connaître ce métier, il faut surtout en connaître les passager·ère·s.

Illustration n°16 : nouvelle promotion d'hôtesses de l'air sur le tarmac d'Orly, photo tirée de *France Aviation*, n°46, septembre 1958.

2.3.3. L'hôtesse face aux exigences d'une clientèle habituée

Passager typique du milieu des années 1950, le docteur F. est président d'une importante société pharmaceutique et doit prendre l'avion très fréquemment. À la suite d'un accident sur le Bruxelles-Rome de 1955, il a annulé son aller-retour pour Genève. Il annonce dans une lettre à la compagnie vouloir être renseigné sur « *la sécurité des voyages* ». En publiant sa réponse dans la revue d'entreprise, René Lefebvre, cadre supérieur, espère fournir

tous les arguments nécessaires pour désamorcer les craintes de la clientèle[797]. Dans la même perspective, Air France utilise la présence de passagères comme un argument évident de la sécurité, assimilant la féminité à la peur et à la fragilité. En commentant l'ouverture d'un fleuriste à Orly en 1956, Hervé Lauwick écrit que « *les mamans avec enfants y viennent par milliers, parce qu'elles savent bien que le voyage aérien de 1956 est favorable aux êtres fragiles…* »[798]. Encore jeune, l'avion inspire la crainte et continue de fasciner les voyageur·euse·s, à l'instar de Fernand Darrigues, dont le récit manuscrit de son premier voyage est publié à destination d'un lectorat « passagers » de *France Aviation*[799]. Son texte s'accompagne d'un dessin où l'homme moderne arrive à observer au télescope la Terre, personnifiée dans un corps de femme (voir figure n°15). La disposition genrée de la caricature indique que l'avion est perçu comme un privilège masculin, confirmé par la ligne éditoriale de la revue : « *Passagers vous êtes rois, certes : vous payez et exigez qu'on vous sourit. Vous avez raison !* »[800]. L'hôtesse est au cœur de ce dispositif : la presse d'entreprise annonce aux voyageurs que ce sourire, à défaut d'être naturel, est le fruit d'un travail visant à préserver cette sensation d'extraordinaire dans le voyage aérien. Pour célébrer la fréquentation des Paris-Londres en Superconstellation au printemps 1955, *France Aviation* publie un reportage qui s'attarde sur la satisfaction client. À le lire, chaque passager·ère est impressionné·e du luxe qu'offre la cabine, sa taille et son bar à l'avant, même si l'appareil est entièrement aménagé en classe Touriste et prévoit 87 sièges (le plus gros transporteur d'avant la réaction). Interrogée par le journaliste, l'hôtesse Marthe Simonet raconte l'attention qu'elle porte à chaque passager·ère et comment elle contribue à cette atmosphère de « *kermesse* ». Elle « *parle de ses passagers comme S.M Elizabeth II parle de ses invités à l'issue de la dernière réception à la cour* »[801], appuyant par-là l'idée d'un service princier.

[797] *France Aviation*, n°7, juin 1955.

[798] *France Aviation*, n°25, *opus. cit.*

[799] *France Aviation*, n°9, *opus. cit.*

[800] *France Aviation*, n°15, *opus. cit.*

[801] *France Aviation*, n°6, *opus. cit.*

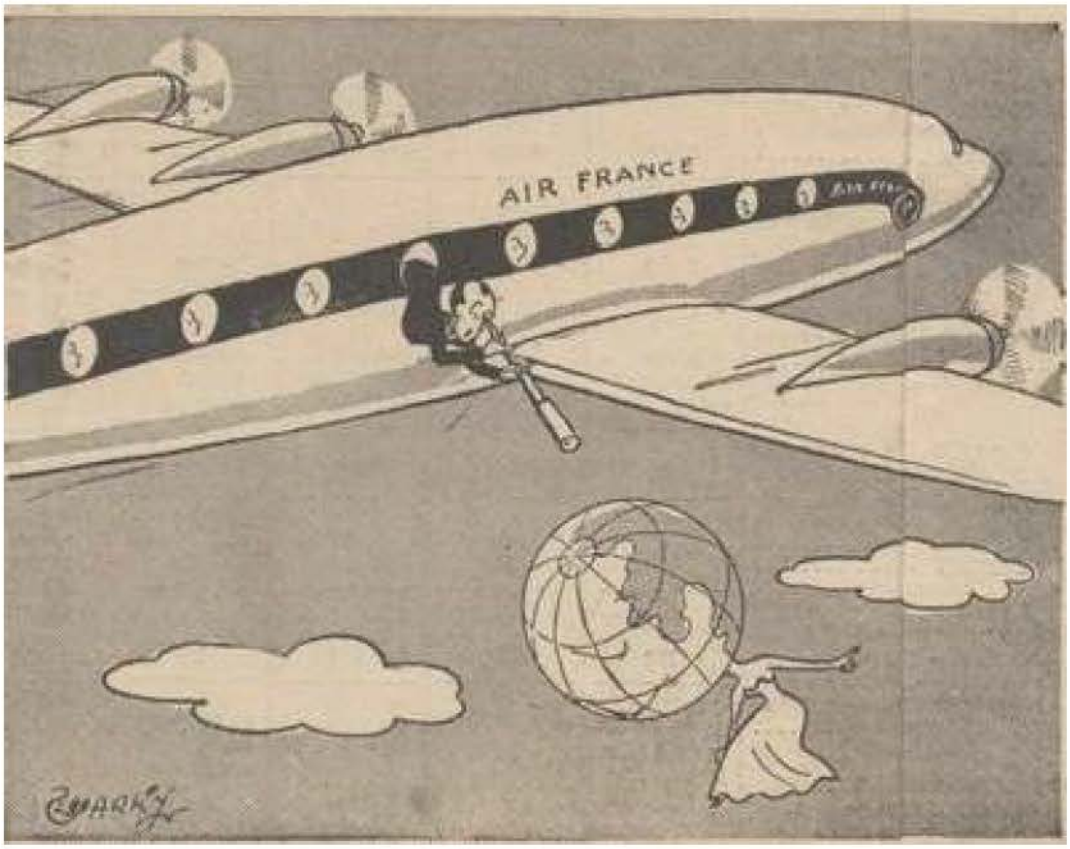


Illustration n°17 : voir la Terre est un privilège masculin, dessin paru dans *France Aviation*, n°9, août 1955

Dès l'amorce de la campagne « À la pointe du Progrès », Air France change de ton. La direction tente de construire une nouvelle figure du passager en imaginant sa massification. L'utilisation du futur Boeing sur long-courrier impose une transformation du « passager-type » car il double la capacité de portage[802]. Afin de bien marquer cette rupture qu'imposera la réaction, *France Aviation* publie des reportages sur le « *voyage aérien en 1920* », où le premier passager français est accueilli en triomphe à l'arrivée à Toulouse depuis Oran[803], ou encore sur ces anciens qui « *préparaient les avions de demain* »[804] . Loin de cette figure héroïque, Air France rationalise à la fin des années 1950 l'image d'un passager moderne : même si le total des passagers transportés ne représente que 3% de la population mondiale d'après IATA, cette dernière mise sur l'extension du marché, compte tenu de l'augmentation du niveau de vie dans les pays industrialisés[805]. La sociologie de la clientèle française n'est pas bien établie, mais Robert Savreux estime en 1958 qu'elle est masculine à 71%, parisienne

[802] *France Aviation,* n°20, *opus. cit.*

[803] *France Aviation*, n°30, mai 1957.

[804] *France Aviation,* n°44, juillet 1958.

[805] *France Aviation*, n°36, novembre 1957.

à 64% et largement issue du monde des « affaires »[806]. Un sondage réalisé par l'aéroport de Paris indique qu'entre 1957 et 1958, 31% des sondé·e·s sont des hommes d'affaires, 16% des employé·e·s, 11% des professions libérales, 11% des fonctionnaires d'État ou des militaires (en déplacement fréquents du fait de l'activité coloniale), et 6% sont des étudiant·e·s. Les femmes représentent 31,5% de la clientèle de l'aéroport, mais sont renvoyées à la catégorie de ces « *personnes sans profession qui accompagnent le chef de famille* »[807]. Dans le cadre de la modernisation de son image de 1956 à 1958 approximativement, Air France change radicalement sa manière d'appréhender la clientèle. Le passager infantile, enthousiaste et effrayé, cède sa place à une conception plus rationalisée de la clientèle. À l'ère de la réaction, Robert Savreux écrit même que « *le passager d'Orly est devenu adulte* »[808].

Ce désenchantement rapide semble jouer dans les deux sens : Air France rompt définitivement avec l'idée romantique de l'aventure aérienne et les passager·ère·s deviennent parallèlement plus exigeant·e·s et plus sélectif·ve·s. D'après les réclamations qui arrivent de dans les bureaux, seulement 70% des passager·ère·s s'estiment satisfait·e·s d'Air France en août 1958[809]. À mesure qu'augmente le trafic et que s'impose l'aviation marchande aux populations occidentales, le simple fait de voler d'un point A à un point B ne constitue plus une offre satisfaisante : il s'agit, comme l'annonce l'enthousiasme modernisateur des années 1950, de voler confortablement. L'encadrement PNC l'a bien compris : Nicole Roulina et Jean-Paul Boucher, chargé·e·s de la formation en vol sur le secteur Afrique, indiquent que leur « *clientèle a décuplé et en prenant l'habitude d'un service impeccable, la clientèle est devenue plus exigeante* »[810]. Robert Savreux indique même que cette exigence porte également sur le plan émotionnel : les habitué·e·s de l'aviation civil n'ont pas besoin des renseignements, puisqu'ils connaissent désormais bien la vie des aéroports, et tenteraient même de dominer les relations avec les agents de service[811].

[806] *France Aviation*, n°38, janvier 1958.

[807] *France Aviation,* n°56, *opus. cit.*

[808] *France Aviation,* n°83, octobre 1961.

[809] *France Aviation*, n°45, août 1958. Les réclamations des passagers, estimés à une trentaine par jour à la fin des années 1950, sont une archive précieuse mais qui nous est restée invisible. Existe-t-elle ? Elle présenterait un matériel de première main pour identifier la transformation des représentations du monde aérien.

[810] *France Aviation,* n°52, *opus. cit.*

[811] *France Aviation,* n°58, septembre 1959.

Il est intéressant de noter que le déploiement de cette stratégie commerciale coïncide avec « *le sacre du bonheur* » analysé par Rémi Pawin[812]. En nette rupture avec les représentations héritées de la guerre, le développement d'une culture du bonheur insiste sur l'individuation croissante des modes de vie, dont l'impact se fait ressentir sur l'offre commerciale des compagnies aériennes. Voyager à l'ère du jet incite davantage aux « *petites attentions* »[813]. Le gain de confort annonce fatalement une pression accrue sur le rôle des PNC. Air France donne une impulsion nouvelle à leur formation, pour aller davantage vers cette personnalisation des relations. Les premiers stages Boeing pour la réaction ont lieu en 1959 : 137 PNC ont suivi les stages Caravelle, 88 les stages Boeing et 34 CC ont reçu une formation particulière[814]. L'encadrement est par ailleurs attaché à ce que survivent certains rituels sur les long-courriers, comme la distribution de bonbons avant le décollage, la création d'une atmosphère chaleureuse à l'aide de veilleuses sur les vols de nuit, ou la distribution des revues personnalisées[815].

En multipliant les signes du luxe, Air France décide de baptiser chacun de ses futurs Boeing par des noms de châteaux, où le service serait celui qu'on réserverait à l'ancienne aristocratie. Le premier 707 livré par Boeing à Air France est baptisé « Château de Versailles » par Mme Roselini, la femme du gouverneur de Washington[816]. La compagnie déploie les symboles du pouvoir d'Ancien Régime dans un « *contraste entre les grâces et les splendeurs du passé et les merveilles de la vie moderne* »[817]. Le baptême du « château de Cheverny » le 21 février 1962 (le 19ème Boeing de la compagnie) réunit des ministres, comme André Malraux, avec de riches propriétaires terriens « *dont les familles sont souvent depuis des siècles propriétaires d'admirables demeures* ». On retrouve à leur tête le marquis Philippe Hurault de Vibraye, représentant d'une des plus anciennes familles nobles encore constituée. La cérémonie ne laisse aucun doute sur la dimension aristocratique de l'offre commerciale d'Air France, en insérant un parallèle entre la pratique de la chasse à cours et le voyage en Première classe. Sur la photo choisie par *France Aviation*, l'hôtesse au premier rang renvoie

[812] Rémy Pawin, « La conversion au bonheur en France dans la seconde moitié du XXème siècle », *Vingtième siècle*, 2013, n°118, pp. 171-184

[813] *France Aviation*, n°51, *opus. cit.*

[814] Rapport d'activité sur l'année 1959. Archives du musée Air France.

[815] *France Aviation,* n°52, *opus. cit.*

[816] *France Aviation*, n°62, janvier 1960.

[817] *France Aviation* n°89, avril 1962.

au privilège moderne, quand les piqueurs sur la passerelle rappellent le privilège royal (figure n°16) :

Illustration n°18 : modernité et aristocratie, *France Aviation*, n°89, avril 1962

Cette promotion de la distinction sociale s'appuie sur la composition du marché d'Air France. Raymond Nivet, « *ingénieur principal d'Air France* » et lauréat du prix de la revue *Interavia* pour son analyse du marché aérien[818], déclare qu'un français sur trois voyage pour ses affaires et qu'il voyage en Première classe sans se préoccuper du prix du billet en 1959[819]. Le trafic « affaire » croît avec la vitesse et décroit avec la distance : la moitié de ce trafic ne s'éloigne pas à plus de 12h de son point d'attache et un voyageur sur 6 s'éloigne à plus de

[818] « Les pris Interavia », *Le Monde,* 20 juin 1959.

[819] *France Aviation,* n°58, *opus. cit*

24h. Raymond Nivet est par ailleurs très critique des études de marché, annonçant que « *la publicité ne s'adresse qu'aux gens qui volent déjà* ». Elles visent à fidéliser le marché concurrentiel de la classe affaire. Pour l'économiste, il s'agit, au contraire, de vendre les bénéfices de l'aviation d'affaire à un public plus large, en insistant sur le gain de temps à gagner et sur le prestige social qui lui est associé.

En synthèse, Air France réactualise le privilège social que représente l'aviation tout en amorçant sa démocratisation culturelle : l'accès au voyage reste un bien de consommation de luxe, mais bien connu du grand public. Tout son dispositif commercial, tant humain que matériel, vise à la satisfaction d'un client devenu consommateur, riche en devenir, à l'exigence aiguisée par une décennie d'expérience aérienne. Au tournant des années 1960, tous les signaux annoncent l'entrée dans le « Jet Age », où l'usage de l'aviation s'insère dans un ensemble de pratiques qui définissent l'identité moderne hégémonique, sous tutelle états-unienne. Révélatrice, une 4ème de couverture de Playboy délimite parfaitement ces usages. Le slogan « *what sort of man reads Playboy* [quel type d'homme lie *Playboy*] ? » peut s'inverser de la sorte : « comment devenir un homme qui lit Playboy ? ». Il faut être blanc, prendre l'avion, performer la richesse, être galant en ville et séducteur en vacances, lecteur et cultivé, mais toutefois bon buveur (voir photo n°17)[820]. Le lecteur de *Playboy* vient se construire en opposition avec le père de famille traditionnel. Il adhère à une masculinité revalorisant le célibat, la conquête sexuelle et s'appropriant des espaces domestiques historiquement féminisé[821]. L'hôtesse de l'air vient soutenir cette configuration de la masculinité. Consommer la sollicitude de l'hôtesse – sous-entendant la sexualisation de l'échange sans pour autant s'y restreindre – est largement cautionné par le magazine. Ce dernier indique à plusieurs reprises, à la fin des années 1950, où trouver les bons hôtels, comme le *Flamingo Hotel*, qui gardent le registre des hôtesses avec le numéro de leur chambre[822]. Il commente également quelles sont les bonnes destinations pour les vacances, comme le ski à Anchorage, notamment depuis que les hôtesses françaises et scandinaves y font escale[823]. L'hôtesse de l'air accompagne ce glissement des représentations de la réussite masculine. Figure angélique qui s'occupe d'une clientèle peu habituée à la manière d'une mère tranquillisant ses enfants, elle bascule au

[820] *Playboy*, septembre 1959.

[821] Paul Preciado, *opus. cit.*

[822] *Playboy,* août 1959. Le texte en anglais : « "if airlines stew are your speciality" ». "The Flamingo Hotel and others are thoughtful enough to keep a "Stewardess Register" on a table in the lobby, so its possible to enterprise young chaps to leaf through and discover what stew from what city is in what room".

[823] *Playboy*, octobre 1958.

milieu des années 1950 vers l'image d'une jeune femme engageante aux gestes discrets, capable d'anticiper et de soigner les désirs personnels de ces hommes qui ont réussi à dompter la modernité, faisant du voyage en avion une nécessité de leur quotidien affairé.

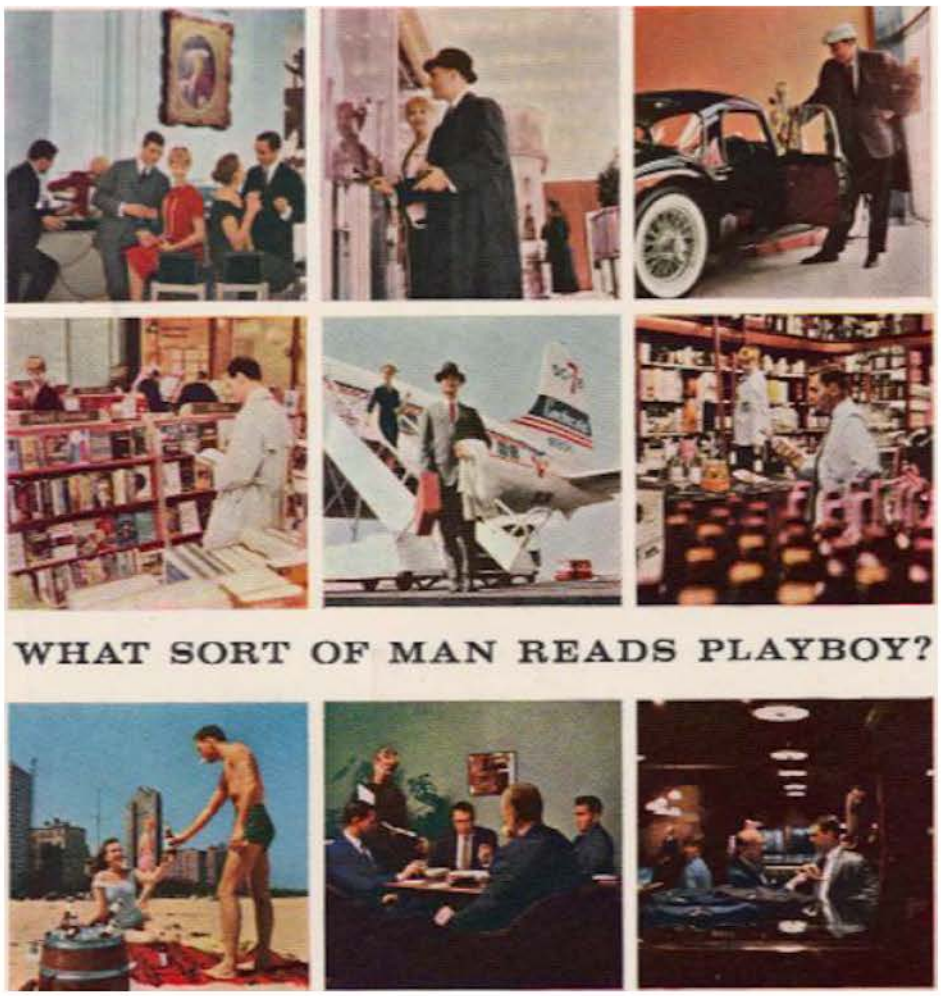


Illustration n°19 : les activités de l'homme accompli, 4ème de couverture de *Playboy*, septembre 1953.

2.5. Conclusion

Entre 1954 et 1960, l'hôtesse de l'air est une figure culturelle légèrement en retrait, par rapport à l'élan médiatique qui avait soutenu son apparition dans la société française. Si cette profession est désormais totalement institutionnalisée, sa faiblesse numérique et son impossibilité à faire carrière lui confèrent une faible visibilité au sein de l'entreprise. Son rôle de représentation nationale s'estompe à mesure qu'Air France modernise sa flotte et son image de marque. On observe dans le déploiement commercial de l'aviation civile les manifestations culturelles du bloc atlantiste en contexte de Guerre froide. Le corps de l'hôtesse est saisi par ce mouvement : après avoir porté le projet de régénération des identités nationales de genre, elle accompagne, sur cette séquence, la construction d'un corps occidental hégémonique. Selon une grammaire féministe, on pourrait qualifier cette utilisation du corps de l'hôtesse comme un « appât de la modernité », utile pour désamorcer les réticences populaires à la transformation de leur environnement quotidien[824].

En plein développement, le transport aérien précise les règles de sa concurrence. Les efforts des principales compagnies européennes et états-uniennes portent surtout sur le secteur long-courrier, où la qualité du service à bord devient progressivement le levier commercial le plus important. Nourriture gastronomique, confort de la cabine, système de réservation efficace, amabilité et professionnalisme du personnel d'accueil, c'est l'ensemble des services directement relatifs à la clientèle qu'Air France cherche à perfectionner. L'objectif n'est plus de rassurer les gens sur la fiabilité ou la sécurité de l'avion, il s'agit davantage d'en faire une pratique courante à l'image du voyage en train. Les affects nationaux constituent un levier de fidélisation important. Sur cette séquence de la fin des années 1950, Air France insiste particulièrement sur le rayonnement colonial de la France, qui lui assure une présence internationale et de pouvoir maintenir le plus grand réseau du monde.

À ce tournant concurrentiel s'ajoute une transformation des représentations culturelles de l'aviation. Dans le discours commercial, le passager d'avant-guerre, effrayé par l'altitude et incommodé par les turbulences, se transforme très rapidement en passager pressé, habitué de l'avion et dont l'exténuante vie professionnelle doit trouver des moments de repos dans les voyages intercontinentaux. Air France consacre cette nouvelle modernité dans sa campagne

[824] Clare Hemmings, « Resisting Popular Feminisms : Gender, Sexuality and the Lure of the Modern », *Gender, Places and Cultures*, *a Journal of Feminist Geography,* Volume 25, 2018, pp. 963 - 967

« *À la pointe du progrès* » de 1956, venant glorifier son efficacité institutionnelle, sa technicité et son optimisme infaillible. Ce dernier s'illustre dans l'arrivée du transport à réaction, mobilisant une attention médiatique révélatrice. Malgré les difficultés financières observées sur cette séquence historique, les compagnies aériennes doivent rénover leur flotte pour être compétitives. Le Boeing 707 et la Caravelle deviennent surtout les points d'ancrage du dispositif idéologique de la modernité d'après-guerre : occidentale, technologique et inévitable.

Au centre des politiques commerciales, le personnel de cabine occupe une place privilégiée. Fort d'un engagement corporatiste efficace, les PNC mènent une bataille continue pour leur reconnaissance professionnelle, qui aboutit dans le statut de 1959. La direction commerciale et les syndicats ont tous deux intérêt à la normalisation de la profession. D'un côté, la direction cherche à structurer le service à bord, car elle y voit un gage de professionnalisme : standardisation des missions professionnelles, complexification de l'encadrement, homogénéisation des différents secteurs de vol, etc. De l'autre côté, le SNPNC recherche la valorisation professionnelle et la protection de ses compétences spécifiques : reconnaissance d'un statut particulier et son affiliation au système salarial des navigant·e·s, reconnaissance de son rôle de sécurité, protection de l'emploi à travers la titularisation, protection de son activité syndicale, etc. Ce processus de professionnalisation cristallise les oppositions. La direction commerciale surinvestit le PNC d'un rôle de représentation et d'une fonction commerciale. Le syndicat considère davantage le rôle technique et sécuritaire du personnel de cabine. Malgré les victoires officielles (obtention du CSS à l'embauche en 1955, protection du système de primes dans le statut de 1959), c'est finalement autour de la technicité du service à bord que se reconfigure l'identité professionnelle des PNC, plutôt qu'autour de leur savoir-faire aérien.

Mis à part quelques anciens stewards engagés dans les syndicats, la majorité des effectifs PNC ne font pas carrière. Ce n'est pas tant la passion aéronautique qui mobilise les jeunes recrues à venir s'essayer sur les stages saisonniers, mais bien ce que l'emploi offre comme possibilités de voyages, comme sensation d'aventure, comme cadre de vie résolument moderne. Ceci est d'autant plus vrai pour les hôtesses, dont les possibilités d'évolution sont limitées par le célibat contractuel. La répartition genrée des gestes professionnels et des qualités attendues enferme par ailleurs les recrues féminines dans un rôle de performance de la féminité, particulièrement contrôlé par l'encadrement, notamment autour des normes

esthétiques et d'habillement. Attentionnée, discrète et élégante, l'hôtesse égérique vient confirmer le statut social des usager·ère·s de l'aviation, en leur assurant le confort qui convient aux habitué·e·s du luxe.

Le projet moderne du champ aérien se décline essentiellement au masculin. La clientèle féminine ne représente pas de marché spécifique et la presse spécialisée la cantonne à une fonction d'accompagnement ou de soutien domestique. Les compagnies se disputent une clientèle plus rentable, celle du monde entreprenarial, dont l'effigie masculine de type *Playboy* commence à se dessiner dans les représentations collectives, sans toutefois s'y fondre parfaitement. Effacée, la figure de l'hôtesse sert en réalité de repère à la recodification de la masculinité hégémonique. À l'image de l'ange décrit par Jean Cassou, elle observe en souriant, intégralement disponible. Air France consolide cette identité féminine « sans débordements », à la courtoisie intelligente et discrète, qui assure finalement une transition d'état des rapports de genre. L'hôtesse de l'air préserve un système de valeur traditionnel, malgré l'accélération des flux économiques : l'effigie féminine continue d'incarner la stabilité d'un mariage et d'une vie maternante. Cette figure accompagne la modernisation des rapports de genre sans être subversive.

La féminisation progressive du cadre professionnel annonce l'amplification des mythologies liées à l'hôtesse de l'air, qu'on retrouve plus volontiers glamour et sexualisée dans la production culturelle états-unienne. Air France n'embrasse pas cette tendance, cherchant davantage à entretenir l'aura de respectabilité que confère le sentiment national. Toutefois, ces représentations esthétisées de l'hôtesse circulent à mesure que le modèle états-unien s'importe en France, repérable principalement sous la forme de pratiques de consommation. Vecteur de diffusion de l'hégémonie culturelle, l'hôtesse de l'air est dans le même temps salariée et femme, soit deux assignations sociales discriminées matériellement, tout en incarnant positivement la culture occidentale. Ce paradoxe ne peut se résoudre que si l'environnement professionnel évolue de manière cohérente avec des mythologies en circulation. Cette tension s'élabore au cours des années 1950, mais ne se déploie véritablement qu'au tournant des années 1960, lorsque la féminisation de l'identité commerciale d'Air France devient une stratégie d'entreprise.

CHAPITRE 3 : LA PARADOXALE FÉMINISATION DE L'AVIATION CIVILE (1960-1970)

Notre troisième partie se concentre sur la féminisation des équipages d'Air France. Cette dernière est si nette qu'il est impossible de ne pas l'identifier comme une stratégie commerciale. La compagnie nationale, en poursuivant sa quête de rentabilité économique, façonne consciemment l'image de l'hôtesse de l'air dans le but d'incarner l'entreprise. Cette féminisation s'observe dans différents processus : au niveau de la politique salariale, dans la politique commerciale et dans la transformation de l'éthos associé aux gestes de service. En consacrant l'âge de la réaction (le Jet Age), la presse aéronautique insiste par ailleurs sur la commodité, le confort et l'accessibilité du nouveau paradigme aérien. Cette séquence témoigne des transformations qu'opère le discours moderne, en utilisant le registre de la féminité comme une illustration des nouvelles facilitées promises. Au cœur de ce dispositif commercial, l'hôtesse de l'air en éprouve tous les paradoxes.

Une première partie s'intéresse au contexte socio-économique de cette séquence. Malgré une historiographie glorifiant « l'ère de la réaction », cette dernière s'impose difficilement aux équipages. Le conflit autour des protocoles de vol sur les nouveaux appareils marque la dégradation du dialogue social entre les PNC et leur direction. Face à la dégradation de la conjoncture économique, Air France tente d'élargir la base de son marché en s'intéressant au tourisme de masse, en investissant le registre culturel du bonheur et du loisir.

Une deuxième partie démontre comment ce nouveau registre commercial s'articule à la féminisation des équipages. C'est un personnel féminin, jeune et renouvelable, qui intéresse la compagnie aérienne française. Air France doit toutefois concéder des transformations de sa politique salariale : la fin du célibat contractuel marque un tournant.

Notre troisième partie éprouve les représentations de l'hôtesse de l'air en circulation dans l'industrie culturelle. En s'imposant comme la nouvelle égérie publicitaire de la compagnie, son visage se retrouve dans d'autres secteurs économiques. L'esthétisation et la spectacularisation de la féminité au travail sont des supports de la modernité. Cette dernière trouve dans la disponibilité de ces corps une réalisation de son discours sur l'accessibilité, la

facilité, le bonheur et le confort. Fondamentalement hétérosexuelle, la mythologie de l'hôtesse de l'air continue d'orienter les scripts de genre hégémoniques.

Notre quatrième partie confronte ces représentations à leur réalité salariale. L'importance qu'Air France accorde à la circulation de son projet de féminité s'avère être une contrainte. La fonction d'encadrement gagne en importance à mesure que les effectifs se font plus nombreux et son rôle se concentre davantage sur les femmes. La conception d'un nouvel éthos serviciel, largement féminin, s'élabore au regard des mutations sociologiques de la clientèle. Malgré une mise en valeur des qualités dites féminines, les hôtesses ne se regroupent pas autour de propositions politiques féministes.

3.1. L'ère de la réaction comme projet de société

3.1.1. Le problème humain de la réaction

La décennie 1960 s'ouvre par un conflit social inédit avec le personnel d'Air France. Malgré une presse d'entreprise enthousiaste, les navigant·e·s dénoncent les dangers de l'accélération qu'amène la réaction.

3.1.1.1. Une accélération contestée

Les appareils dotés de moteur à réaction, plus grands et plus rapides, raccourcissent de deux fois le temps de trajet en doublant le nombre de personnes à bord. À titre de comparaison, le Douglas DC4, utilisé sur long-courrier entre 1946 et 1960 (avant de finir sa carrière sur des lignes postales métropolitaines en 1973), peut transporter de 44 à 64 passager·ère·s à 300 km/h sur 3000 km. Il est progressivement remplacé sur long-courrier par le Lockheed Super Constellation, qui voyage sur 6400 km à 480 km/h, en transportant de 48 à 62 passager·ère·s. Le Boeing 707, sur lequel se fixe l'intérêt des différentes presses, est capable d'embarquer entre 128 et 149 personnes, volant jusqu'à 900 km/h sur 9900 km[825]. Sur les lignes moyen-courrier, la Caravelle, affectée aux secteurs France, Europe et Méditerrané, transporte jusqu'à 94 voyageur·euse·s à 800 km/h sur 1700km. Le Boeing 727, opérationnel dès 1963 sur le marché états-unien, vient concurrencer l'appareil français, en proposant une vitesse record de 925 km/h sur 2350 km et une capacité de port de 156 passager·ère·s[826]. Au 31 décembre 1966, la flotte d'Air France se compose de 44 Caravelle SE-210, 26 Boeing Intercontinental, 20 Douglas DC4, 19 Douglas DC3, 7 Lockheed « Super Constellation », 6 Bréguet 763 « Provence »[827]. La compagnie place également ses options sur 10 Boeing 727, dont 4 sont achetés en été 1967[828].

L'absence de protocole de vol sur transport à réaction inquiète les syndicats navigants qui, avant même la mise en ligne définitive des appareils, tentent de négocier le taux horaire plafond avec la direction. Deux mois avant l'entrée officielle de la Caravelle, le SNPNC

[825] Chiffres du musée Air France.

[826] *France Aviation*, n°102, mai 1963.

[827] *France Aviation*, °155, octobre 1967.

[828] Rapport d'activité 1967, archives du musée Air France.

dénonce le silence du patronat et réactualise ses demandes[829]. Il mobilise les salarié·e·s autour de la question de la fatigue ressentie sur Caravelle lors du vols « d'essai », organisé entre Paris et Istanbul le 6 mai 1959. Mr. Robert, un steward officiant à bord, dénonce un service trop rapide avec 380 prestations pour 4h15 de vol. Il évoque des insomnies, une lourdeur des jambes et un bruit difficilement supportable dans le galley[830]. Anne se souvient elle aussi d'un bruit infernal au décollage :

> « *Caravelle était un avion avec deux réacteurs à l'arrière, qui étaient juste à la hauteur des oreilles quand on était assis sur la banquette. Au décollage, on avait un nombre de décibels dans les oreilles qui était monstrueux ! On les avait au minimum 4 fois par jours, non, 8 fois par jour !* »[831].

À la suite d'une assemblée générale réunie le 4 mai 1959, le SNPNC se regroupe autour du slogan « *à fatigue égale, salaire égal* » [832]. Sous menace de grève, le syndicat exige du patronat les clauses suivantes : un maximum mensuel d'heure fixé à 58,6, un ajout d'un 4ème PNC sur moyen-courrier, procéder à la modification du système de rémunération de la profession et refonder le décret du 23 juin 1951 aménageant la durée de travail sur les métiers du transport[833]. Une réunion de conciliation est organisée entre des corps administratifs d'État (le ministère du travail, le SGAC et le ministère des finances), la direction d'Air France et trois membres du SNPNC. Le procès-verbal de cette réunion témoigne de la dureté des échanges et de l'impossibilité d'un compromis. La direction nie les témoignages livrés en assurant qu'à la suite du vol témoin (à coefficient de remplissage maximal), le PNC peut effectuer un service de qualité tout en s'offrant du repos. Elle nie également les chiffres avancés de 110 décibels enregistrés dans le galley, en préférant un chiffre de 86 dB d'une étude qu'elle a commanditée[834]. La présidence pousse jusqu'au bout l'argument technologiste, en affirmant même que le progrès technique améliore le travail du PNC, réduisant au minimum les efforts physiques et les difficultés physiologiques. Après l'échec de la conciliation, le mouvement s'organise dès le début de l'hiver 1960. Le SNPNC lance un ordre de grève de 48h applicables à toutes les lignes (sauf sur l'Algérie, où les avions sont mobilisés

[829] Bulletin d'information au PNC, 8 mars 1959, archives du SNPNC.

[830] PV de la réunion de conciliation chargée de régler les conflits du travail, 5 juin 1959, archives du SNPNC.

[831] Entretien avec Anne.

[832] Bulletin d'information au PNC « spécial Caravelle », 11 mai 1959, archives du SNPNC.

[833] Lettre du SNPNC à la direction générale, 13 mai 1959, archive du SNPNC.

[834] PV de la réunion de conciliation chargée de régler les conflits du travail, *opus. cit*

pour le rapatriement des colons)[835]. La grève n'a pas de répercussions majeures sur le trafic international mais retarde au moins deux avions sur le secteur Europe[836]. Le SNPNC renouvelle son appel à la grève en avril, toujours en dénonçant l'injustice d'une paye non revalorisée au regard d'une fatigue croissante : « *nous travaillons davantage et plus vite* »[837]. Le mouvement est amplifié par d'autres secteurs, notamment chez le personnel commercial au sol, qui, piloté par les centrales syndicales majoritaires (CGT et CGT-F), conduit une grève de 2h le 16 avril, suivie à hauteur de 60% du personnel[838].

L'arrivée du Boeing 707, effective en été 1960 pose des problèmes similaires, voire aggravés. En plus d'accumuler de la fatigue nerveuse et musculaire, la rapidité des vols à réaction sur long-courrier diminue le temps d'escale et de repos. Pour le même volume horaire, soit un maximum de 85h mensuelles, la vitesse de l'appareil à réaction implique des temps de rotations diminués. L'ensemble du personnel navigant menace de débrayer le 25 juin 1960, en pointant du doigt la fatigue ressentie sur les transatlantiques[839]. La grève, largement suivie par le personnel technique, paralyse totalement le trafic. D'autres secteurs s'impliquent dans la lutte en y ajoutant des revendications propres. C'est le cas du personnel des tours de contrôle. Les lignes Boeing restent coupées et les retours de New York décalés[840]. Les grèves reconductibles du personnel navigant affectent fortement le trafic : 45 vols sont annulés le 2 juillet 1960 après une mise à l'arrêt des PNC[841]. L'ouverture des négociations pour un protocole de vol semble dénouer la situation. Néanmoins, après l'échec des négociations, le PNT annonce une nouvelle action dès le 10 décembre 1960. Les syndicats invoquent des raisons de sécurité : la cadence accélérée réduit le moral du personnel navigant et par conséquent sa concentration. En réponse, la direction insiste sur la légalité du nouveau planning, respectant les temps de repos. Elle convoque en exemple l'iconique Paris/New-York, au centre des préoccupations, en annonçant que les 85h de vol représentent 5,7 aller-retour, permettant 23h de repos sur l'escale et 17 jours de repos consécutifs, dont 8 à domicile. Les syndicats déplorent par ailleurs la dévaluation de la prime horaire de vol sur Boeing. De son côté, la direction cherche à égaliser le coût d'une heure de vol sur la

[835] *Le Monde*, 19 février 1960.

[836] *Le Monde*, 20 février 1960.

[837] *Le Monde*, 14 avril 1960.

[838] *Le Monde*, 16 avril 1960.

[839] *Le Monde*, 25 juin 1960.

[840] *Le Monde,* 29 juin 1960.

[841] *Le Monde,* 2 juillet 1960.

concurrence européenne. Elle dénonce un écart de 30 à 40% par rapport aux autres compagnies[842], du fait des salaires des pilotes.

L'arrivée de la réaction provoque un mouvement social à Air France qui n'a pas d'équivalent. Les techniciens demandent à travailler moins sur ces appareils, qu'ils considèrent comme plus rapides et plus fatigants. Le personnel d'entretien et de révision menace d'arrêt de travail en septembre 1960[843], les navigateurs perturbent le trafic en octobre[844], le comité intersyndical de l'aviation marchande se dit même prêt à mener une grève illimitée sur les avions à réaction français (TAI, UAT, Air France)[845]. Les pouvoirs publics sont saisis. Durant l'automne 1960, le SGAC diffuse une circulaire dans les différents services dépendant de lui, qui interdit aux fonctionnaires de faire grève, sous prétexte d'exercer des activités « *indispensables à la sécurité des personnes (...) et indispensables à la Nation* »[846]. À la suite de mesures de réquisitions prises par le gouvernement, la grève s'arrête le 26 décembre 1960. Un protocole d'accord est finalement signé en avril 1961 avec l'intersyndicale du PNT. Au total, la direction annonce que le mouvement social a coûté 28 jours d'immobilisation des Boeing « *très dommageables* »[847].

3.1.1.2. La médicalisation de la condition navigante

Sur cette séquence de mobilisation, le SNPNC a conservé des articles de presse traitant de la fatigue navigante. Entre 1957 et 1962, on recense 26 articles consacrés à cette question, alors qu'elle paraissait abandonnée sur la décennie précédente. Comme le résume un numéro d'*Air Transport* de décembre 1960, « *l'aggravation croissante de la fatigue pour les équipages volants sur les « Jets » commerciaux est une question d'une brûlante actualité* »[848], visibilisée par les conflits sociaux qui pénalisent l'activité aérienne. La condition des pilotes trouve le support de la communauté médicale, qui dénonce le doublement brutal de toutes les performances de la machine[849]. La parole de la médecine devient un relais précieux pour les

[842] *Le Monde,* 9 décembre 1960.

[843] *Le Monde*, 6 septembre 1960.

[844] *Le Monde,* 21 octobre 1960.

[845] *Le Monde*, 7 novembre 1960.

[846] *Le Monde*, 29 septembre 1960.

[847] Rapport d'activité du conseil d'administration, 1960. Archives du musée Air France.

[848] *Air Transport*, décembre 1960, archives du SNPNC.

[849] Article dont la provenance n'est pas citée et non daté, archives du SPNC.

syndicats navigants, puisqu'elle vient légitimer des ressentis subjectifs, notamment en ce qui concerne les accélérations, la pressurisation, les radiations et leur incidence ophtalmologique. Un article anglophone annonce que lors des vols d'essai des Boeing pour la TWA sur l'année 1957, 157 hôtesses sur 300 se seraient plaintes « *de rupture de vaisseaux sanguins dans les jambes, d'une fatigue excessive et de membres enflés* »[850]. La société française de médecine psychosomatique rapporte une étude menée sur 13 équipages, qui enregistre des modifications du système endoctrino-métabolique sur vol à réaction ; les navigant·e·s sont sujet·e·s à l'hyperaldostéronisme qui se manifeste par de l'hypertension[851]. Le journal *L'aviation* décrit des troubles de la digestion des pilotes en raison de la dilatation des gaz contenus dans l'intestin[852]. De manière répandue dans la presse médicale, on note une augmentation de la tension émotionnelle chez les commandants de bords et une surexposition à la fatigue musculaire du personnel commercial[853]. Le dixième congrès de la médecine aéronautique et cosmonautique consacre beaucoup d'attention aux perturbations psychologiques et physiologiques du personnel navigant, mais également au personnel chargé de la sécurité aérienne, de plus en plus exposé « *à l'action de facteurs nocifs d'ambiance, comme les bruits par exemple* »[854]. Alors que beaucoup célébraient le « *silence de la Caravelle* » lors campagnes de médiatisation qui accompagnaient ses premiers vols[855], le SNPNC dénonce précocement une situation insupportable dans le galley de l'appareil français, où le steward est obligé de rester pendant que l'hôtesse fait son service. Le syndicat demande la mise à disposition d'un casque antibruit[856]. L'association des pilotes britanniques convoque même une discussion internationale le 3 octobre 1962 sur le problème du bruit et son impact dans l'exercice du pilotage, invitant les constructeurs et les compagnies à y participer[857]. La préoccupation que génèrent des vols à haute altitude s'étend jusqu'à la clientèle, que le service médical d'Air France tente de rassurer, notamment en explicitant la liste des pathologies qui représentent un potentiel danger à bord d'un jet[858]. *Les Dépêches* de Dijon

[850] *Stars and Stripes,* 10 octobre 1959, archives du SNPNC.

[851] *La semaine des hôpitaux*, 8 octobre 1961, archives du SNPNC.

[852] *L'aviation*, « Propos médicaux », 11 janvier 1961, archives du SNPNC.

[853] *Le concours médical,* 25 novembre 1961, archives du SNPNC.

[854] *France Aviation*, n°85, décembre 1961.

[855] *France Aviation*, n°37, *opus. cit.*

[856] PV de la réunion de conciliation, *opus. cit.*

[857] *Libération*, 29 août 1962.

[858] *Les ailes*, 23 février 1962, archives du SNPNC.

assurent, sur un registre moins technique, « *que tous les biens portant n'ont rien à craindre* » sur les nouveaux appareils[859].

En archivant ces différents dossiers de presse, les PNC syndiqué·e·s témoignent de l'importance de la question médicale pour la défense de leur droit. Au-delà d'un intérêt purement conjoncturel, cela s'inscrit dans la démarche historique de valoriser leur profession de manière indépendante. Alors que la direction d'Air France maintient le personnel de cabine dans un rapport inégal avec le personnel technique (en soutenant que leur travail de pilotage est bien plus dur que celui du service en cabine), le SNPNC insiste plutôt sur la différenciation des espaces de travail, tous deux assujettis à la fatigue. Un steward convoque un rapport des médecins de la compagnie annonçant que la fatigue PNC est 30% supérieure à celle des pilotes sur un vol Caravelle[860]. Les gestes, le poids des objets à manipuler ou encore la proximité des réacteurs par rapport au galley, sont des conditions de travail pour lesquelles les répercussions sanitaires spécifiques sont enfin reconnues par le corps médical. Cependant, cela ne se traduit pas nécessairement comme une victoire auprès de la direction. En témoigne une hôtesse de l'air recrutée en 1954, dont les crises de lombo-sciatique répétées l'ont empêchée d'exercer. Compte-tenu de la nature du métier où il faut se baisser très fréquemment pour accéder au matériel de commissariat, elle a demandé à bénéficier de la couverture que prévoit le droit du travail. Air France refusa en invalidant le lien entre la douleur au dos et la nature de l'emploi. L'hôtesse fait appel jusqu'au Conseil d'État, qui dans un arrêt du 24 mai 1968 demande une expertise médicale afin de déterminer si le service à bord a aggravé l'affection première[861].

Au-delà des conditions de vol sur transport à réaction, un cas de paludisme chez Air France défraie la chronique. La mort du steward Georges Roulet le 2 septembre 1961 vient compléter la liste de 7 personnes navigantes décédées au cours des 6 dernières années[862]. Selon *Le Figaro*, plus de trente membres de la compagnie (embauche locale) ont été infectés en un an[863]. La compagnie communique dans différents journaux pour brider l'extension d'une rumeur concernant une « *mystérieuse maladie* » [864], qui rappellerait la mort du cycliste

[859] *Les Dépêches,* 30 juillet 1962, archives du SNPNC.

[860] PV de la réunion de conciliation, *opus. cit.*

[861] *Le Monde,* 27 mai 1968.

[862] *L'intransigeant*, 5 octobre 1961, archives du SNPNC.

[863] *Le Figaro*, 5 octobre 1961, archives du SNPNC.

[864] *Le Monde*, 5 octobre 1961.

Fausto Coppi, dont le décès pour cause de mauvais traitement médical a suscité la polémique. Pour la première fois dans la courte histoire du PNC, la presse visibilise un aspect professionnel peu connu, soit leur mise en danger sanitaire, tant par leur contact répété aux maladies que par leur environnement spécifique de travail.

Malgré des débuts difficiles, le transport à réaction devient rapidement un support d'une révolution culturelle, que l'industrie culturelle états-unienne nomme le « *Jet Age* ». « L'ère de la réaction » représente une période d'opulence et de bonheur, où les limites spatio-temporelles s'effondrent devant la puissance technologique occidentale. Les indicateurs économiques historiques étant plutôt mitigés, cette historiographie relève davantage d'un récit idéologique.

3.1.2. L'âge d'or de l'aviation civile, un mythe utile

3.1.2.1. La difficile réalité économique de l'ère du jet

La mise en service du Boeing en avance sur les compagnies européennes donne à Air France un atout stratégique considérable, qu'elle valorise à travers une action commerciale ciblée, notamment à travers la médiatisation du service de type « château ». Cet avantage ne porte pourtant pas ses fruits, la plupart des compagnies s'équipant rapidement de jets. En 1962, 725 jets sont déjà en service dans le monde. Ce brusque changement crée un décalage entre l'offre et la demande. Comme l'écrivent Claude Reichmann et Daniel Metzé « *la demande de transport étant largement inférieure aux capacités offertes la concurrence s'exacerbait* »[865]. En témoigne l'évolution du coefficient de remplissage d'Air France, soit l'indicateur qui calcule le rapport siège vendus / siège disponibles, en chute libre après la mise en service du transport à réaction :

Année	Coefficient de remplissage
1951	72%
1952	74%
1953	70%
1954	71%

[865] Claude Reichman et Daniel Metzlé, *opus. cit.* p. 93

1955	71%
1956	70%
1957	67%
1958	65%
1959	67%
1960	**66%**
1961	**55%**
1962	**54%**
1964	**55%**
1965	**56,50%**
1966	**57,40%**
1967	**55,82%**
1968	**51,57%**
1969	**53,20%**

Tableau n°2: taux de remplissage général des avions d'Air France. Le surlignage gras indique l'arrivée de la réaction[866].

À ce tableau s'ajoute les guerres de l'indépendance africaine. Air France tend à changer la physionomie de son exploitation : les long-courrier internationaux (Amérique et Asie) passent de 35,6% d'activité en 1959 à 49,7% en 1963, tandis que les réseaux desservant l'Afrique passent de 15,7% à 10,1%[867]. Après la signature des accords d'Évian, la part d'Air France dans le trafic avec l'Algérie diminue du tiers : la clientèle algérienne ne représente que 3% du trafic total en 1966. Cette recomposition ne signale pas pour autant la disparition du pré carré colonial d'Air France. La compagnie française génère des profits non négligeables via sa participation dans le capital des compagnies émergentes, notamment à travers Air Tunis et Royal Air Maroc, où Air France détient respectivement 17,5% et 49% des parts[868]. La pression accentuée sur les lignes internationales, conjuguée à l'émiettement de son ancien monopole sur les lignes régionales, affaiblissent la compagnie nationale. 1963 est une année noire, où l'exploitation du réseau aérien stagne à 4% d'augmentation annuelle. C'est le record de croissance le plus faible des années d'après-guerre – malgré un résultat plutôt encourageant sur les lignes long-courrier asiatiques et américaines. Durant ces difficiles trois premières années qui accompagnent le développement du transport à réaction, Air France est soutenue

[866] Nous n'avons pas pu trouver les données pour l'année 1963. La plupart des chiffres viennent des rapports d'activité. On observe un changement de comptabilité à partir de 1962 : le CA d'Air France ne donne pas de coefficient général, mais localisé aux secteurs d'activité. Le tableau d'arrête en 1969, avant l'arrivée des gros-porteurs.

[867] Rapport d'activité du conseil d'administration de 1963. Archives du musée Air France.

[868] Rapport d'activité du conseil d'administration de 1966. Archives du musée Air France.

par l'État. Il participe à hauteur de 3,5% des recettes totales d'Air France en 1961 et jusqu'à 6,5% en 1963.

La bonne conjoncture du transport aérien à partir de 1964 (qui connaît un taux d'expansion moyen de 18%, notamment grâce à l'abaissement des tarifs sur l'Atlantique Nord[869]) change drastiquement le cap économique qu'empruntait Air France. La compagnie enregistre même de très bons résultats. Elle est parvenue à surmonter les amputations d'activités sur les secteurs d'Afrique. Les long-courriers internationaux représentent en 1964 plus de la moitié de l'exploitation d'Air France (54,9%) : cet effort d'internationalisation récompense la compagnie, qui se passe de l'aide de l'État pour la première fois en 1965, réalisant un bénéfice net de 34,4 millions de nouveaux francs (soit 54 millions d'euros de 2024)[870]. En 1966, Air France est même capable de verser des dividendes à l'État[871]. Le recours à l'aide publique ne revient qu'après les évènements de 1968, où les grèves générales massivement suivies ont perturbé l'activité touristique et aérienne. Cette bonne période correspond au sursaut économique de 1962, que Rémy Pawin définit comme une « *époque faste* (…) *lorsque la France entre dans une phase de paix (…) et que la population bénéficie plus directement des fruits de la croissance économique via la transformation des conditions de la vie quotidienne* »[872]. Malgré ces bons résultats, le conseil d'administration reste toutefois sur ses gardes, en indiquant que « *le fait que l'avion soit devenu un mode de transport de masse est évidemment un facteur de vulnérabilité* »[873].

Cette « époque faste » contribue à définir les contours de ce que certains appellent l'âge d'or du transport aérien, une nomination tout à fait relative. Les compagnies aériennes internationales, avant même d'avoir pu complètement amortir le renouvellement de leur flotte, sont déjà contraintes de signer des options sur une nouvelle gamme d'appareils. La présidence alerte dès 1966 sur la nécessité de préparer l'accueil des gros-porteurs et des avions supersoniques. Ces nouveaux produits sont toutefois accueillis avec optimisme – comme l'était l'arrivée de la réaction dix ans auparavant – car ils *« présagent des efforts de croissance*

[869] Claude Reichman et Daniel Metzlé, *opus. cit.* p. 97

[870] Rapport d'activité du conseil d'administration de 1965, Archives du musée Air France.

[871] Rapport d'activité du conseil d'administration de 1966, Archives du musée Air France.

[872] Rémy Pawin, « Retour sur les Trente Glorieuses et la périodisation du XX^{ème} siècle », *Revue d'histoire moderne et contemporaine,* 2013, n°60, pp. 155-185

[873] Discours de Joseph Roos, rapport d'activité du conseil d'administration de 1965, *opus. cit.*

vigoureux »[874] . En 1966, la compagnie pose des options sur 4 Boeing 747. Ces nouveaux monstres aériens, surnommés les « *Jumbo Jet* »[875], sont les plus gros avions commerciaux du monde. Présentés sous forme de maquette à la presse dès octobre 1966[876], ils peuvent embarquer de 350 à 400 personnes sur une distance de 6000 km à près de 1000 km/h. Son prix d'achat est trois fois supérieur à celui d'un Boeing 727, ce qui représente 400 millions de nouveaux francs pour Air France. Elle investit au total plus de 7 milliards de nouveaux francs dans le renouvellement de sa flotte entre 1967 et 1975[877]. La mise en ligne des gros porteurs implique en effet la rénovation de l'environnement aéroportuaire, technique et commercial : il faut des hangars proportionnés aux dimensions fantasques du 747 (70m de longueur, 60m d'envergure et presque 20m de haut), le déploiement de camions spéciaux, le changement de physionomie des « palettes » utilisées sur le tarmac, sans compter la qualification de l'ensemble du personnel[878]. Les essais convaincants du Concorde – dont la presse d'entreprise se fait un relais privilégié – amènent les compagnies à envisager sérieusement leur mise en ligne commerciale, dont le coût s'annonce également très élevé[879].

Du fait de l'explosion de l'offre sur les jets, les tarifs IATA sont constamment abaissés : pour un indice 100 en 1951, le trajet New York coûte 57,8 en 1965 pour la classe Économique et 82,8 pour la Première classe[880]. La bonne conjoncture économique internationale et l'amélioration du pouvoir d'achat des classes supérieures se répercute positivement sur le marché aérien. Les compagnies rééquilibrent le niveau d'offre et de demande, les coefficients de remplissage attestant d'une amélioration sensible (soit 57,6% pour l'activité 1966). Cette année est par ailleurs célébrée par la presse d'entreprise, parlant positivement d'un « *rude été* » [881]. Le tourisme estival est encouragé par la création de tarifs promotionnels : le tarif Excursion sur les lignes Atlantique Nord en 1965 coûte 36,3% du prix du billet de 1951. Cette stratégie de baisse de prix est autrement motivée par la concurrence,

[874] Rapport d'activité du conseil d'administration de 1966, *opus. cit.*

[875] *France aviation,* n°157, décembre 1967.

[876] *Le Monde*, 11 octobre 1966.

[877] Claude Reichman et Daniel Metzlé, *opus. cit.* p. 100.

[878] *France Aviation*, n°180, novembre 1969.

[879] *France aviation,* n°173, *opus. cit.*

[880] Rapport d'activité du conseil d'administration de 1965, *opus. cit.*

[881] *France Aviation,* n°144, octobre 1966.

notamment celle qu'exercent les lignes charters, dont les méthodes agressives donnent du fil à retordre aux compagnies internationales[882].

Les vols charters répondent à une législation spécifique complexe, mais consistent fondamentalement à affréter un avion en dehors des lignes régulières, avec pour objectif de remplir l'appareil. C'est une méthode qui contourne les lois sur la concurrence déloyale, obligeant les vols commerciaux à respecter les horaires fixés sur leur ligne. Les vols ponctuels brisent tous les tarifs et consistent presque à de la « *vente au rabais* »[883]. Avec l'arrivée des jets, plusieurs entreprises envisagent d'acheter ou de louer des Boeing intercontinentaux pour effectuer des vols ponctuels, à la manière d'un taxi aérien sur demande. Le vol charter apparait dès 1949 sur un vol entre Londres et Calvi, mais reste très marginal. La différence saisonnière du taux de remplissage des appareils motive la multiplication des offres charters, qui jouent sur la difficulté des compagnies régulières à répondre à la demande estivale[884]. Les voyagistes s'en saisissent progressivement, y voyant un outil touristique révolutionnaire. L'entreprise Fram fait par exemple décoller « l'avion du soleil » de Toulouse-Blagnac vers les Baléares en 1958, grâce à son premier vol charter[885]. Les géants de l'aviation envisagent le développement de cette activité dès la fin des années 1950. Air France crée même une division spécial charter, que le président Charles Richet décrit comme le « *nouveau Sahara* » de l'activité aérienne, rempli de promesses[886]. En 1960, Air France transporte 25 000 passager·ère·s sur ce type de commande. L'activité progresse avec 505 vols en 1966 transportant 76 000 personnes[887]. Elle sert notamment aux déplacements de groupes spécifiques : la compagnie offre aux Anciens d'Air France un déplacement à Toulouse, « *ville berceau de l'aéronautique* », en 1967[888].

Au tournant des années 1970, le vol charter devient une réalité économique incontournable pour développer l'économie touristique, particulièrement dans le cadre des

[882] *France Aviation*, n°173, *opus. cit.*

[883] *ibid.*

[884] Hélène Florence-Alexandre et Georges Ribeill, *opus. cit.*

[885] « Il y a 50 ans le premier charter décollait de Toulouse », La Dépêche, 15 juin 2008. Article disponible en ligne. URL : https://www.ladepeche.fr/article/2008/06/15/459606-50-ans-1er-charter-decollait-toulouse.html#:~:text=En%20juin%201958%2C%20le%20voyagiste,de%20cet%20appareil%20de%20pionniers%20%3F

[886] *France Aviation*, n°77, avril 1961.

[887] Rapport d'activité du conseil d'administration de 1966, *opus. cit.*

[888] *France Aviation*, n°157, *opus. cit.*

relations postcoloniales. Le tourisme représente une activité si importante pour l'économie tunisienne que le gouvernement envisage d'ouvrir une compagnie charter spécifique[889]. Treize compagnies dites « *les irrégulières* » opèrent aux États-Unis et mobilisent des avions militaires, impliqués dans le déploiement des troupes états-uniennes au Viet Nam[890]. La menace des charters dotés de quadrimoteurs à réaction devient de plus en plus tangible à mesure que la demande explose au tournant des années 1970. En 1968, les compagnies charters transportent 500 000 personnes vers l'Atlantique Nord (contre 5 700 000 pour les compagnies régulières). Elles dépassent les 1 750 000 sièges vendus en 1970, soit une augmentation de plus d'1 million d'une année à l'autre[891]. Les vols charters ne partent jamais à vide et les entreprises mobilisent un énorme budget de communication pour atteindre les 100% de remplissage. Cette propagande répétée affecte le marché aérien traditionnel, qui doit en conséquence baisser les tarifs de ses vols réguliers.

Pour résister à cette nouvelle pression, les conférences IATA se succèdent afin que les compagnies tombent d'accord sur une dévaluation des tarifs « de groupe » : Cannes en septembre 1968, Genève en décembre 1968 et Dallas en janvier 1969. Ainsi, au 1er novembre 1969, IATA autorise la mise en place de contrats « bulks », soit la vente de siège en bloc, de façon à stimuler le remplissage des avions sur un modèle groupé. Cette formule intéresse surtout les « *grossistes organisateurs de voyage* » sur le modèle du tour opérateur[892]. Air France propose même des vols à crédit à partir de 1969[893]. La conjoncture économique du marché aérien au tournant des années 1970 prend une tournure décisive : il s'agit désormais de rompre avec l'image d'une consommation éminemment bourgeoise et d'investir le marché du tourisme de masse.

3.1.2.2. L'aviation à la conquête du tourisme de masse

Dès la fin des années 1950, Air France se préoccupe du touriste, que l'économiste Raymond Nivet décrit comme la « *poule aux œufs d'or* »[894]. Il appelle à adopter les stratégies

[889] Elie Reumas, « Maghreb et transport aérien », *Mondes Arabes*, 1972, n°54, pp. 31-40

[890] *France Aviation*, n°173, *opus. cit.*

[891] *Ibid.*

[892] *France Aviation*, n°179, octobre 1969.

[893] *France Aviation*, n°172, mars 1969.

[894] *France Aviation,* n°58, *opus. cit.*

commerciales, alors trop focalisées sur ceux qui volent déjà. Si les compagnies focalisent effectivement leurs efforts sur le marché concurrentiel de la classe Affaire, décisive dans la mise en ligne des Boeing 707, Air France oriente malgré tout son axe publicitaire vers le thème des « vacances », pour lequel elle reçoit le grand prix de la publicité pour l'année 1962[895]. À défaut d'être conséquente sur le plan financier, la compagnie nationale déploie une stratégie publicitaire cohérente, à laquelle est dédiée un dossier de la direction commerciale en 1964. Il synthétise l'ensemble du matériel, des méthodes d'impression, des typographies et de l'usage des différents slogans disponibles, dans un souci d'homogénéité et de rajeunissement de l'image de marque. L'universalité du style recherché doit exprimer le « *caractère de puissance industrielle moderne* »[896] et doit « *susciter la sympathie* » en se rendant accessible. Air France cherche à s'aligner sur le gonflement des flux touristiques sur le territoire français. Grâce à la bonne conjoncture économique de 1962 le nombre de touristes étrangers en France explose, passant de 5975 milliers en 1962 à 10 000 milliers en 1963 (voir tableau n°3) :

Année	Nombre de touristes en France en milliers
1950	3050
1951	3200
1952	3200
1953	3190
1954	3600
1955	4010
1956	4305
1957	4310
1958	4070
1959	5052
1960	5613
1961	5800
1962	5975
1963	**10000**
1964	**10250**
1965	**11100**
1966	**11800**
1967	**12000**
1968	**10800**
1969	**12100**
1970	**13700**

[895] *France Aviation*, n°90, mai 1962.

[896] Normes publicitaires et image de marque, collection Promovente, direction commerciale, septembre 1964, archives du musée Air France.

Tableau n°3: Nombre de touristes étrangers en France entre 1950 et 1970, le surlignage venant signifier la hausse conséquente au début des années 1960. D'après les chiffres de Sheryl Kroen, *opus. cit.*

D'après Sylvain Pattieu, l'accès au tourisme dans les années 1960 participe à la « promotion nouvelle » des classes salariées, qui accèdent à de nouveaux champs de consommation. Les milieux ouvriers, notamment à travers l'action syndicale, investissent conséquemment des secteurs vacanciers jusqu'alors réservés aux élites. À travers une étude du dispositif Tourisme et Travail (créé en 1944 et proche de la CGT), l'historien montre comment le monde ouvrier décloisonne certains espaces bourgeois à partir des années 1960, tels que la station de Courchevel ou les plages de l'île de Ré[897]. De son côté, Bertrand Réau observe sur le vingtième siècle une transformation des clubs de vacances. Depuis des structures associatives organisées autour du sport et du loisir, ces derniers deviennent des entreprises lucratives concentrant les flux touristiques. Le Club Med plonge ainsi ses racines dans les clubs de water-polo organisant des vacances pour la petite-bourgeoise pavillonnaire, urbaine, jeune, et soucieuse de rompre avec les cadres traditionnels du loisir au début des années 1950. Il prend originellement la forme d'un « village de tentes », avant de devenir une société anonyme en 1957 qui redirige 22 000 clients vers des villages de détente. En 1963, la société anonyme grossit, Edmond de Rothschild en devient l'actionnaire majoritaire. En 1966, le Club Med rentre en bourse et fidélise plus de 110 000 clients[898]. La généalogie sportive des clubs de vacances est clairement établie ; le dispositif touristique, à mesure qu'il se développe autour du bien être et du loisir, investit considérablement les corps des vacanciers, que ce soit à travers le jeu et les exercices physiques que proposent les complexes balnéaires ou le sport d'hiver.

Dans le cadre du plan neige du gouvernement Pompidou de 1962, l'investissement massif dans les stations alpines de troisièmes générations a comme but de stimuler le tourisme de masse en montagne. L'évolution de la clientèle des stations connaît une évolution relativement similaire à celle de l'aviation civile. De manière frappante, le champ du ski et le champ de l'aviation semblent intimement liés. Air Alpes est par exemple une compagnie aérienne qui établit une connexion directe entre Lyon et Courchevel, avec une flotte de trois

[897] Sylvain Pattieu, « La « vie de château » ou les gains symboliques du tourisme populaire. France, 1945 - années 1980 », *Revue d'histoire moderne et contemporaine, Belin, 2009, n°56, pp. 52-78*

[898] Bertrand Réau, « S'inventer un autre monde, le Club Méditerranée et la genèse des clubs de vacances en France (1930-1950) », dans *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2007, n°170, pp. 66-87

appareils, dont deux « Pilatus » capables de se poser directement sur la neige[899]. Dans un communiqué d'octobre 1960, la direction d'Air France célèbre le Paris – Genève que la Caravelle effectue en 50 minutes. Elle promet que « *grâce à la Caravelle, le ski deviendra vraiment un sport de week-end* », et pour cause : « *en s'embarquant à 9h05 d'Orly le samedi* », le parisien peut chausser les ski à Megève dès « *12h45* »[900] ! La une du *France Aviation* de novembre 1963 annonce que des transports aériens réguliers amèneront bientôt les touristes parisiens directement au sein des stations de ski[901]. Relevant plutôt de l'effet d'annonce que d'une réalité logistique, Air France cherche toutefois à promouvoir la pratique des sports de glisse, puisant dans ce nouvel « or blanc » touristique. Si on devrait qualifier cette relation étroite, c'est davantage sous sa forme culturelle plutôt que matérielle, compte tenu du défi technique que représente l'aménagement de la montagne en vue d'y recevoir des avions. Faute de pouvoir affréter des lignes directes, la compagnie nationale organise des évènements sportifs, comme une coupe de descente à ski au Chili en 1962[902]. Le comité d'entreprise (au sein duquel s'exprime l'activité syndicale) propose, depuis la fin des années 1950, des séjours au sport d'hiver dans ces stations : l'énorme bâtiment que possède la compagnie à Lélex dans le Jura peut accueillir une centaine de famille[903].

La pratique du sport d'hiver, ou celle de la plage, s'insère dans un ensemble narratif plus large, celui d'une modernité heureuse et active. Elle devient un puissant outil de communication pour la compagnie aérienne. Par exemple, la « quinzaine d'Air France » organisée par le département des relations extérieures et de la représentation, cherche à réunir une centaine de personnes influentes dans un centre de vacance. La deuxième édition à Nice se « *fait sous le signe du sourire* » et propose une large gamme d'activités : concours de maillot de bain, concours de golf, grand prix de ski à la Colmiane, soirée dansante, etc.[904]. La sociabilité vacancière définit en creux les identités que cherchent à mobiliser Air France : des gens riches, heureux, hédonistes et consommateurs. Déjà les cadres de la direction commerciale annoncent, à l'occasion de la conférence des ventes de 1961, qu'« *il ne faut plus*

[899] *France Aviation*, n°101, avril 1963.

[900] Communiqué Air France n°380, « Ski de week-end grâce à la Caravelle cet hiver », 31 octobre 1960. Archives du musée Air France.

[901] *France Aviation*, n°108, novembre 1963.

[902] *France Aviation*, n°96, novembre 1962.

[903] *France Aviation*, n°65, *opus. cit*

[904] *France Aviation*, n°90, *opus. cit.*

vendre du transport, [qu']*il convient désormais de vendre du voyage* »[905]. La conférence de 1967 se définit quant à elle comme la « *conférence de l'optimisation sinon de l'optimisme* »[906]. Elle est introduite par des films qui insistent sur le rôle stratégique des imaginaires liés à la pratique du ski, ou celle de la détente sur les plages des Caraïbes.

L'avion contribue à élargir les espaces touristiques et vacanciers, en projetant dans les imaginaires populaires les mirages des plages tropicales ou exotiques. Après la seconde guerre mondiale, les aménagements aéroportuaires militaires sur les îles du Pacifique se transforment pour l'accueil de vols commerciaux. Comme l'écrit Jean-Christophe Gay, « *la construction tardive de pistes dans les îles de l'océan Indien ou Pacifique pour quadriréacteurs long-courriers, constitue une mutation fondamentale du tourisme dans ces contrées lointaines. Une poignée de visiteurs au statut incertain (touristes, aventuriers, commerçants...) est remplacée par les foules touristiques* »[907]. C'est le cas de Tahiti, pour qui l'ouverture de l'aéroport de Faaa en 1960 signe le début d'une reconversion à l'économie touristique, ou des Seychelles en 1971, à travers l'inauguration de l'aéroport de Pointe Larue. En 1971, Rapa Nui (« l'île de Pâques ») est accessible en 6h depuis Santiago du Chili en Boeing 747, « *remplaçant avantageusement le bateau qui passait, une fois par an, il y a peine deux ans* »[908]. En 1969, le lancement de la « campagne France » cherche à diffuser l'ensemble des nouveautés que promet la nouvelle décennie, comme le Boeing 747, le Concorde, les vols à crédit, « *les Femmes* », « *les Jeunes* », les « *1000 F par an pour le tourisme* »[909]. Le nouveau slogan de campagne est éloquent : « *nourri, bronzé, logé* ». Air France se positionne comme un moteur de la culture du tourisme axée autour du corps et du soleil, stratégie contenue dans la formule le « *tourisme fait confiance au progrès* ».

Cet accent mis sur le dispositif touristique au tournant des années 1970 se retrouve dans la diversification de l'activité d'Air France. En 1967, Pierre Donatien Cot, nouveau directeur général, fait de l'hôtellerie une mission particulière d'Air France en lançant le slogan « *10000 chambres supplémentaires à Paris en 1975* »[910]. En participant au capital de la

[905] *France Aviation n°*84, novembre 1961.

[906] *France Aviation*, n°157, décembre 1967.

[907] Jean-Christophe Gay, « Transport et mise en tourisme du Monde », *Cahiers de géographie,* collection Edytem, n°4, 2006, pp. 11-22

[908] *France Aviation*, n°204, novembre 1971.

[909] *France Aviation*, n°172, *opus. cit.*

[910] *France Aviation*, n°226, octobre 1973.

SOFITEL (société financière de gestion et d'investissement immobiliers et hôteliers) à partir de juin 1966, Air France compte s'orienter dans « *le développement d'une hôtellerie de qualité à Paris et dans d'autres départements* »[911]. La présidence de la compagnie insiste sur son expérience en matière de gestion hôtelière : dès 1949, Air France participe à la création du Relais aérien français (RAF) à hauteur de 99,5% du capital avec l'appui de la Caisse centrale de la France. Ce projet vise à développer un réseau immobilier en Afrique coloniale. En 1956, le groupe construit 6 grands ensembles en Afrique subsaharienne : le Grand Hôtel de N'Gord à Dakar, le Relais de Brazzaville, le bar-restaurant de Fort-Lamy au Tchad, les bars-restaurants et les pavillons de Niamey au Niger, l'hôtel des 28 chambres à Yaoundé (Cameroun), le Bel Hôtel d'Abidjan. La société, qui termine en 1957 « l'hôtel des cocotiers » à Douala, « *attache un soin tout particulier au problème du confort* »[912]. Le RAF est également présent en Guyane Française et entend élargir ses activités aux Antilles. Une étude détaillée de ces interventions rendrait compte de la prolongation du dispositif colonial dans le dispositif touristique (comme nous l'avons signalé dans le chapitre précédent), dans laquelle l'hôtellerie de luxe est sans doute une des manifestations les plus visibles. La multiplication des villages de vacances en Afrique ou en Polynésie témoigne du changement de paradigme touristique : le privilège de « l'exotisme » et du soleil gagne les populations salariées au devenir cadre.

3.1.2. Le triomphe du bonheur et de l'optimisme

Christophe Bouton annonce que le temps disponible d'un Français, soit le temps hors travail et hors sommeil, est multiplié par 4 entre 1919 et 2009[913]. Paradoxalement, l'opportunité croissante de repos et de loisir, arrachée par différentes conquêtes sociales, ne se traduit pas dans un ressenti subjectif. Le constat demeure : on manque cruellement de temps alors même qu'on en dispose comme jamais auparavant[914]. Il nous semble que ce phénomène d'accélération sociale se consolide particulièrement dans les années 1960, à travers le gonflement de l'industrie du tourisme et des activités annexes. Si l'activité vacancière se

[911] Rapport d'activité de 1966, *opus. cit.*

[912] *France Aviation*, n°27, février 1957.

[913] Christophe Bouton, « Les métamorphoses du temps libre dans la modernité », *Mouvements*, 2023, n°114, pp. 14-27

[914] Hartmut Rosa, *opus. cit.*

développe à grande échelle dans les années 1950 (via les syndicats et les associations qui investissent le camping, les villages vacance, les séjours à la plage ou à la montagne), ce n'est que dans les années 1960 que le tourisme semble prendre la forme d'une culture du bonheur, selon le registre hégémonique de la consommation. Beaucoup d'observateurs contemporains identifient dans l'économie du loisir une extension du capitalisme au champ culturel et cognitif. Adorno perçoit dans le dispositif vacancier, dont les manifestations sont spectaculaires et systématisées, une prolongation des formes sociales soumises à l'impératif du profit[915]. Jean Baudrillard dénonce même une « *impossibilité de perdre son temps* » puisqu'il faudrait le rentabiliser à tout prix[916]. Guy Debord définit le tourisme comme un « *sous-produit de la circulation des marchandises, la circulation humaine considérée comme une consommation* »[917]. Les situationnistes décèlent dans le tourisme des années 1960 la capacité de lisser les espaces selon leur forme hégémonique, à savoir des territoires consommables et reproductibles. L'aviation contribue fortement à cette homogénéisation des circuits touristiques. Sa capacité de compression du temps et des distances résonne en écho dans cette sentence de Debord : « *la même modernisation qui a retiré du voyage le temps, lui a aussi retiré la réalité de l'espace* »[918]. Nous faisons l'hypothèse que l'industrie touristique assume ce tournant dans les années 1960 au regard de trois dynamiques principales : la métamorphose du dispositif colonial en dispositif touristique, la hausse du niveau de consommation des populations au devenir cadre et, enfin, le développement des capacités technologiques permettant le transport de masse.

Comme nous l'avons déjà évoqué par ailleurs, l'industrie aérienne diffuse en permanence l'idée d'optimisme. Dans la revue d'entreprise d'Air France éditée de 1954 à 1997, on compte 350 articles qui utilisent le mot « optimisme / optimiste » sur un total de 492 numéros, contre 103 ayant recours au mot « pessimisme / pessimiste ». La fréquence de ce champ lexical positif s'explique par la volonté du comité éditorial de maintenir une perspective heureuse du développement économique de l'aviation commerciale – la grande majorité des articles concernés renvoyant aux progrès techniques ou marchands d'Air France –, alors même que la réalité financière est plus sombre. Dans son documentaire *Le soulèvement de la vie* diffusé en 1971, Maurice Clavel cible le système de surconsommation

[915] Theodor W. Adorno, « Temps libre », *Modèles critiques*, 1969, trad. M. Jimenez et E. Kaufholz, Paris, Payo, 2003, pp. 205-215

[916] Jean Baudrillard, *La société de consommation*, Gallimard, 1986, cité dans Christophe Bouton, *opus. cit.*

[917] Guy Debord, *La société du spectacle*, 1967, Editions champs libre (1971), p. 42

[918] *Ibid.*

dans une critique du modèle fordiste. Manifeste anti-autoritaire dans le sillage du mouvement social de 1968, il offre une place inédite aux corps et à leur érotisation, qu'il associe à cette idée d'optimisme :

> *« Mais le plus sinistre peut-être c'est l'optimisme, l'optimisme ! Le gigantesque bain commercial d'optimisme, vous serez fort, vous serez belle, vous serez voluptueux, vous serez heureux, vous serez libres ! Vous baiserez triomphalement jusqu'à 100 ans ! On vous vend l'air, l'eau, le soleil, la neige, le sperme ! C'est dit tant de millions et de millions de fois qu'on le croit, qu'on le croit ! »*[919].

Sa critique de la modernité passe par l'exhumation de certains corps, exubérants et rayonnants, qui ne semblent exister qu'à travers les spots publicitaires, par opposition aux corps écrasés par l'usine, que la « *machine use et dévore* »[920]. L'optimisme, dissimulé dans ces corps sveltes et tonifiés, est un terrain de la lutte des classes qui souvent prend la forme d'une lutte des espaces sociaux. Ces corps sélectionnés et publicités sont systématiquement mis en mouvement dans les lieux privilégiés du tourisme (plage, station de ski, centre ville, etc.).

L'optimisme est une valeur cardinale de la modernité, si l'on en croit l'utilisation du terme dans la fabrication culturelle des Trente Glorieuses[921]. Il n'en existe néanmoins, à notre connaissance, aucune étude historique spécifique. Il est difficile d'en saisir l'historicité, même si sa diffusion doit probablement s'accorder au discours régénérateur des années 1950. Ce concept interpelle davantage la communauté universitaire sur son utilisation actuelle, lorsque la fleurissante économie du bien-être personnel arrive à le marchandiser. Plus symptomatique peut-être, l'optimisme motive un réflexe politique qui consiste à désactiver les critiques. L'argument technologiste, réduit à une forme quasi-prophétique, invoque le futur pour résoudre les contradictions présentes (« croissance verte », « transition énergétique », etc.). Il existe différents types d'optimisme, en fonction de leur degré de proximité avec le bonheur hégémonique. C'est avant tout l'optimisme bourgeois qui retient notre attention, capable

[919] Maurice Clavel, CapiFilms, *Le soulèvement de la vie,* 13 minutes et 42 secondes. Visualisable lors de sa rediffusion le 13 décembre 1971 à l'ORTF, Archive INA. La retranscription est personnelle.

[920] *Ibid.*

[921] Rémy Pawin, « Retour sur les Trente Glorieuses et la périodisation du XX^{ème} siècle », *Revue d'histoire moderne et contemporaine,* 2013, n°60, pp. 155-185

d'anesthésier l'angoisse sociale en invoquant de manière incantatoire « l'Innovation », à la différence d'un optimisme plus résilient, qui transformerait la lutte pour l'existence en une force motrice[922]. Guy Debord évoque même le « *faux optimisme de la publicité moderne* », qu'il comprend comme une expression tautologique de la célébration du spectacle[923]. En investissant les représentations populaires, l'optimisme fonctionne comme un carburant : sa montée en puissance témoigne d'un regain d'élan dans les mythologies modernes, quand celles-ci sont paradoxalement au plus bas, comme à la sortie de la seconde guerre mondiale, où la mort industrielle et le massacre nucléaire ombragent l'idée même de modernité[924].

En creux de son travail sur la déconstruction du mythe des « Trente Glorieuses », enracinée dans les manuels scolaires sous une forme idéologique à partir du tournant austéritaire de 1983[925], Rémy Pawin étudie la fabrique du bonheur dans une perspective matérialiste. Le bonheur, en tant que sentiment historiquement situé, n'est envisagé comme valeur culturelle qu'après la seconde guerre mondiale. Pour Rémy Pawin les années 1960 – 1980 correspondent « au sacre du bonheur » ; il y retrouve une centralité de ce thème dans différents champs extrêmement divers : dans la production cinématographique, dans l'évolution du discours communiste, dans la presse scientifique (pour laquelle le bonheur devient un objet de recherche), dans l'apparition d'institutions étatiques dédiées (comme le ministère de la Qualité de la vie), etc.[926]. La poursuite du bonheur devient constitutive du projet hégémonique occidental. Les situationnistes dénoncent par ailleurs la production culturelle bourgeoise, visant à camoufler l'existence de la lutte des classes. Comme l'écrit Raoul Vaneigem : « *l'humanité croît en force et beauté : élévation du niveau de vie, facilités sans nombre, divertissements variés, culture pour tous, confort de rêve (...). Dans ce bouleversement, un grand disparu : le prolétariat* »[927].

[922] Sara Ahmed, *The Promise of Happiness,* Duke Universtity Press, 2010, p. 172

[923] Guy Debord, *opus. cit.* p.48

[924] Ludivine Bantigny, Quentin Deluermoz, Christophe Charle, « Entretien avec Christophe Charle. Autour de la discordance des temps : une brève histoire de la modernité », *Vingtième siècle, revue d'histoire*, n°117, 2013, pp. 231-246

[925] Rémy Pawin, « L'enracinement du mythe des « Trente Glorieuses » par les manuels scolaires (1979-2011), *Le temps des Médias*, 2016, n°27, pp. 47-58

[926] Rémy Pawin, « La conversion au bonheur en France dans la seconde moitié du XX^{ème} siècle », *Vingtième siècle*, 2013, n°118, pp. 171-184

[927] Raoul Vaneigem, *Traité de savoir-vivre à l'usage des jeunes générations*, 1967, Gallimard, 368 p.

Dans un texte méconnu publié la même année, Jacques Ellul donne une profondeur sociologique aux écrits de Vanegeim. Il identifie dans l'identité bourgeoise du XX^{ème} siècle le rôle stratégique de « *l'idéologie du bonheur* ». Elle sert de « *justification à la « civilisation technicienne »*» en tant que valeur axiologique[928]. Le bonheur bourgeois se veut universel : il repose sur la conception d'individus fascinés par le bien-être personnel, lequel est infiniment optimisable par la technologie. La vocation assimilationniste du dispositif bourgeois (à savoir intégrer les marginalisé·e·s aux croyances dominantes), gagne en puissance dans ce moment charnière des années 1960. Les discours empruntant les mêmes chemins que les produits vendus, la marchandisation des espaces de vie permet une propagande idéologique de grande ampleur. Ellul définit avant tout le bonheur hégémonique comme « *une consommation de signes* ». C'est bien ce que proposent les entreprises du secteur touristique. Air France réalise l'intégration de l'avion au champ du voyage, des vacances et du loisir et par conséquent du bonheur, aussi bien que le Club Med construit son succès marketing sur le sport, la sexualité et la joie.

Le bonheur et ses déclinaisons comme l'amour ou l'optimisme, malgré une pluralité autorisée de leurs formes, deviennent des ressentis obligatoires, mesurables à la quantité d'artefacts culturels mobilisés. Il existe mille manières de sentir la joie, mais il est néanmoins impératif de la rechercher dans un geste existentiel individualisé[929]. Pour être efficace, le bonheur hégémonique doit être identifiable. Il s'agit d'associer le bonheur à des affects. La réussite, la jeunesse, le dynamisme ou la légèreté, se traduisent dans des corps souples, élancés, bronzés et tonifiés. Le bonheur hégémonique ressemble à un ensemble de prescriptions et fonctionne comme un guide. Il faut, pour y accéder, se mettre en condition, dans des espaces particuliers et selon des techniques du corps adaptées. Quels vêtements porter ? Quels loisirs choisir ? Quelle profession exercer ? Quel système relationnel ou amoureux adopter ?

Il est surprenant d'observer la précision du lien entre l'économie du bonheur et la féminisation des productions commerciales, notamment celles des compagnies aériennes. Lors de la conférence annuelle des ventes de 1962, la direction commerciale d'Air France présentent aux cadres de l'entreprise ses nouveaux outils. La « *nouvelle serviette du démarcheur* » retient particulièrement notre attention, en cela qu'elle contient un ensemble de

[928] Jacques Ellul, *La métamorphose du bourgeois,* Les Cobayes lettrés, 1967, 307 p.

[929] Sara Ahmed, *opus. cit.*

prospectus commerciaux nouvellement homogénéisés : chaque feuillet centralise l'image d'une femme censée incarner une destination touristique[930]. Les bulletins horaires mettent en scène de manière quasi systématique des visages féminins à côté de poncifs touristiques, comme si leur présence renforçait le lien voyage – bonheur – sensualité. De façon non exhaustive, on retrouve une femme habillée en « carnavalière » à Venise, reconnaissable en arrière-plan grâce au gondolier et à la cathédrale Saint-Marc (voir figure n°18), une « Égyptienne » habillée comme une pharaonne, posant à côté des pyramides, ou bien une « Italienne » qui domine au premier plan la baie de Naples[931]. L'âge d'or de l'aviation civile englobe un triple processus : le recours à l'idéologie du bonheur, la fuite en avant technologique et la féminisation des compagnies aériennes.

Illustration n°20 : tourisme, bonheur et féminité, photo personnelle du bulletin horaire d'Air France n°06 de 1962[932].

[930] *France-Aviation*, n°96, novembre 1962.

[931] Bulletins horaires de 1963, archives du musée Air France.

[932] Archives du musée Air France.

3.2. La féminisation des équipages

Comme l'indiquent Nicky Le Feuvre et Cécile Guillaume, la féminisation du personnel d'un « bastion masculin » est un phénomène complexe et n'intervient jamais dans un contexte historique stable. L'arrivée des femmes traduit généralement des dynamiques socio-culturelles plus profondes, souvent articulées à des crises de recrutement[933]. En 1956, plusieurs stewards sont envoyés en Algérie. Le comité d'entraide syndicale propose d'envoyer des colis avec des cigarettes et du cognac. Les stewards déployés envoient des courriers en guise de remerciement[934]. Le SNPNC fait pression sur la direction pour que soit appliquée la loi du 3 août 1956 relative aux congés payés des personnes mobilisées sous les drapeaux[935]. Un article de Pierre Barbier de 1957 critique Air France pour l'envoi de jeunes « hôtesses et stewards » en Algérie après leur fin de stage[936]. Malgré ces indices, il ne semble pas que la mobilisation ait pu modifier significativement le bassin d'embauche de la compagnie. Le recensement des adresses des rappels d'anciens combattants d'Afrique du Nord (AFN) fait état de 15 stewards mobilisés, ce qui correspond au volume de courrier archivé par le SNPNC. La féminisation du personnel de cabine est davantage imputable à la stratégie commerciale d'Air France qu'à une crise de recrutement.

3.2.1. La féminisation quantitative du personnel d'exécution

Au tournant des années 1950, la compagnie recrute davantage du personnel féminin que du personnel masculin. En 1954, il y a 27% de femmes PNC. En 1962, elles représentent 41% des effectifs. En 1970, elles sont majoritaires avec un taux de 61%. La féminisation de la profession se stabilise à la fin des années 1970, aux alentours de 60% (57% en 1980 et 63% en 1990)[937]. Au regard de l'évolution exponentielle des effectifs PNC, l'embauche féminine connaît un essor dès le milieu des années 1950, avec un mouvement particulièrement marqué lors de la mise en circulation du Boeing 707 (voir graphique n°5). Cette féminisation

[933] Nicky Le Feuvre et Cécile Guillaume, « Le processus de féminisation au travail : entre différenciation, assimilation et « dépassement du genre », *Sociologies pratiques*, n°14, Presses de Sciences Po, 2007, pp. 11-15.

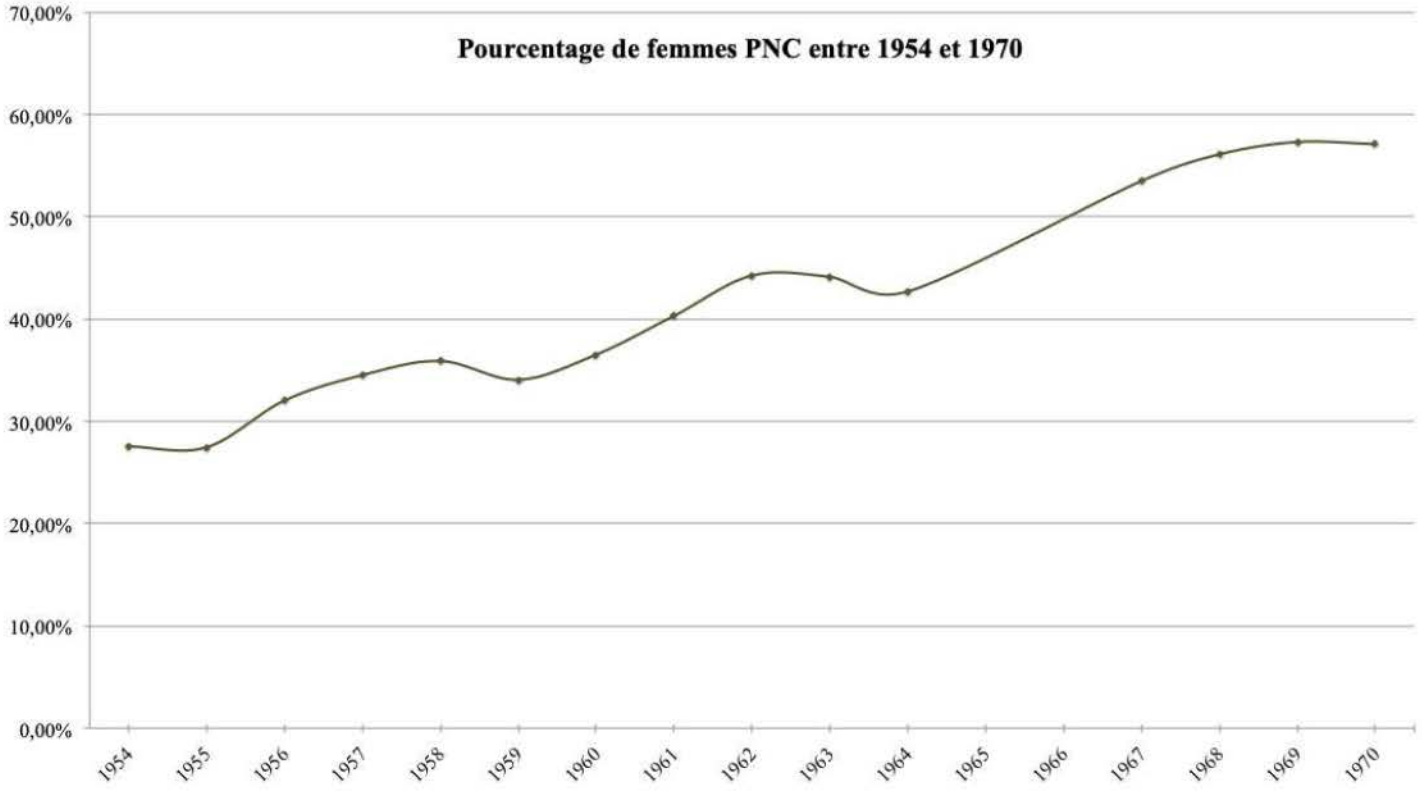
[934] Courriers des stewards, 1956, carton disponible dans les archives du SNPNC.

[935] Lettre du SNPNC à la direction du personnel, 11 septembre 1956, archives du SNPNC.

[936] Pierre Barbier, secrétaire du SNPNC, *La ligne*, novembre 1957, archives du SNPNC.

[937] D'après les annuaires statistiques de la direction du personnel d'Air France. Archives Nationales de Pierrefitte Sur Seine.

accompagne un gonflement numérique des PNC qui, sur la même période, quintuplent leurs effectifs : ils passent de 485 au 1er janvier 1955 à 1920 au 1er janvier 1970. L'embauche de femmes ne concerne pas que les hôtesses, mais également le personnel d'accueil et de réservation, première vitrine commerciale d'Air France avec sa clientèle. Elles représentent 14,4% du personnel au sol en août 1963[938].



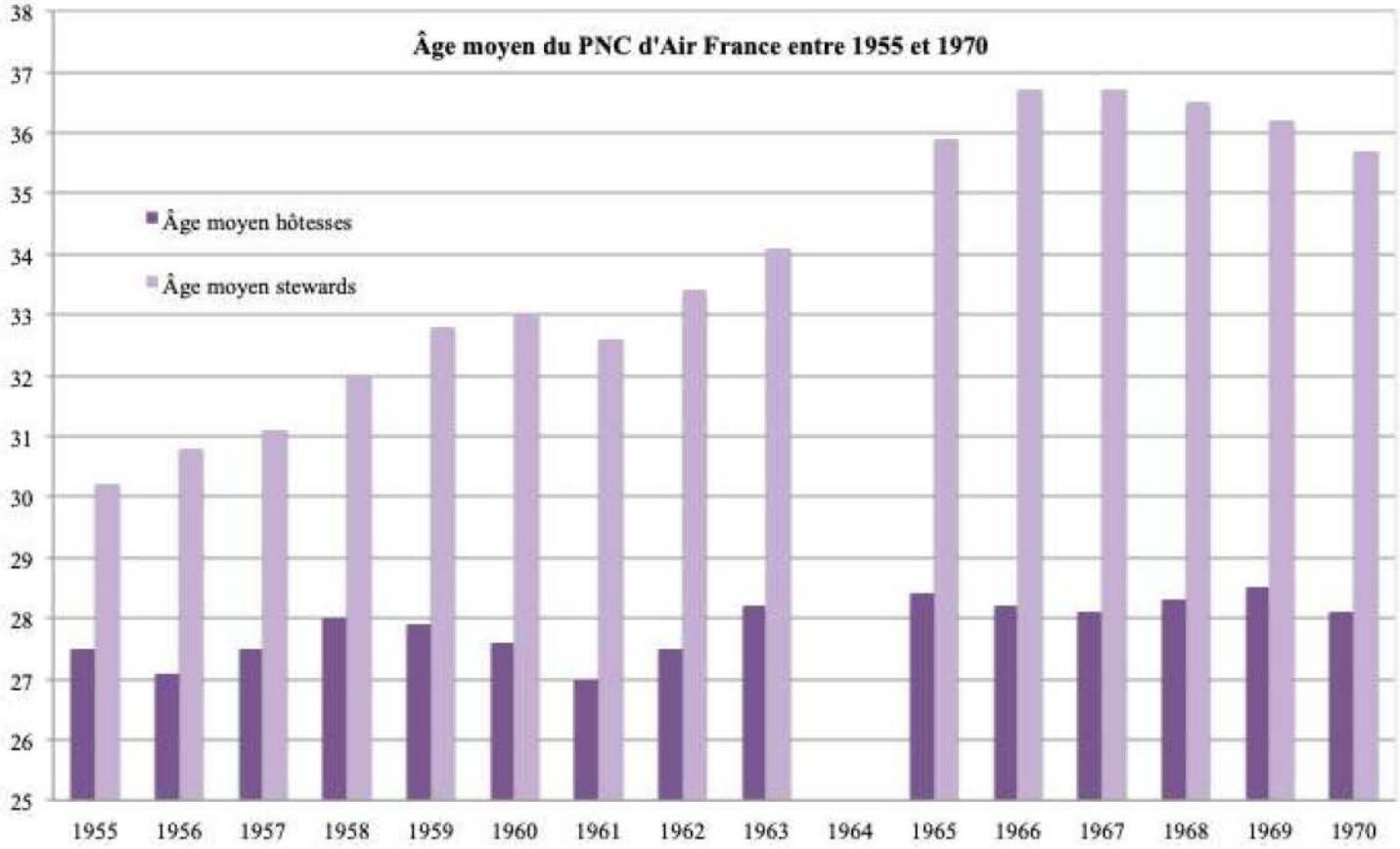
Graphique n°5 : la féminisation des politiques d'embauche d'Air France. Réalisé avec les bulletins statistiques de la compagnie.

La mise en ligne des nouveaux appareils transforme nécessairement les espaces de travail du personnel navigant. L'automatisation progressive des systèmes de vol rend par ailleurs obsolète certaines opérations aériennes ; plus les avions sont gros, plus les compagnies cherchent à planifier et organiser leur aménagement de façon à réduire au maximum le nombre de gestes à effectuer. Les stewards formés à l'hôtellerie constituent un réservoir de personnel peu renouvelable, contrairement aux hôtesses qui volent en moyenne de deux à trois ans. Le renouvellement des hôtesses est largement plus élevé que leurs homologues masculins : pour l'été 1960, il est nécessaire de prévoir le renouvellement de 180 hôtesses, tandis que les *« besoins en hommes ne dépassent pas une vingtaine »*[939]. Lorsqu'on

[938] *France Aviation,* n°105, août 1963.

[939] *France Aviation*, n°67, juin 1960.

considère l'âge moyen des PNC, il apparaît vite que les stewards « font carrière » et vieillissent. Entre 1955 et 1970, ils passent d'une moyenne de 30 ans à 36 ans. Le renouvellement des hôtesses s'illustre par une moyenne d'âge constante entre 27 et 28 ans sur la décennie (voir graphique n°6).



Graphique n°6 : carrières courtes contre carrières longues. Réalisé avec les bulletins statistiques disponibles dans les fonds d'Air France

La féminisation concerne essentiellement le personnel d'exécution, par opposition au personnel d'encadrement. Quand on considère les différents grades et les différents postes, ce sont des hommes qui concentrent les responsabilités professionnelles. On compte en moyenne une femme cadre pour trois hommes sur la séquence, avec un écart majeur en 1967, où l'on recense 11 femmes pour 39 hommes[940]. La règle est observable jusque dans des études plus

[940] Les annuaires statistiques rassemblent les différentes fonctions d'encadrement sous le nom « personnel d'encadrement » entre 1959 et 1977. Il n'est pas possible d'établir un tableau plus détaillé sur la distribution des grades suivants : instructeur, chef hôtesse / steward, chef PNC. De la même manière, le grade de chef de cabine est comptabilisé dans le décompte des effectifs stewards et hôtesses jusqu'en 1978. Il faut attendre 1985 pour voir une première inversion statistique, valable dans cette seule catégorie, soit le premier niveau promotionnel. Le plus haut niveau hiérarchique (chef PNC) reste largement masculin, si on en croit le taux féminin médian autour de 20% (de 1978 à 1992), un taux maximum sur la période étudiée.

récentes : plus le niveau hiérarchique est élevé, plus les femmes sont absentes[941]. À l'inverse, la politique d'embauche de personnel saisonnier (ce terme apparaît en 1957) considère beaucoup plus l'embauche d'hôtesses. Cette formule est constitutive de la gestion du personnel. Elle sert à compléter les stages de formation du PNC en leur offrant un essai à l'embauche en été. C'est une forme d'embauche qui attire beaucoup d'étudiant·e·s[942]. En moyenne, seulement 20 à 30% des saisonnier·ère·s intègrent de manière définitive la compagnie[943], preuve d'un grand turn-over de la profession et du besoin crucial de formation et de sélection. La compagnie embauche structurellement plus d'hôtesses étudiantes à partir du milieu des années 1950. Cette tendance s'amplifie au cours des années 1960 – à condition que les conditions économiques soient favorables à l'embauche de personnel saisonnier (ce qui n'est pas le cas lors de l'année noire de 1963). À titre d'exemple, Air France embauche 96 hôtesses et 51 stewards en 1960 (rapport de 2 pour 1) et 321 hôtesses pour 86 en 1965 (rapport de 3,7 pour 1)[944].

Cette différenciation genrée des statuts professionnels se vérifie également dans le taux de titularisation (voir graphique n°7). D'après le statut de 1959, sont titularisé·e·s les agent·e·s qui comptent au moins 2 ans d'ancienneté dans la compagnie et que « *leur manière de servir, leur conscience professionnelle et leurs notes les distinguent particulièrement* »[945]. Cet accès à la qualité de titulaire est sexuellement différencié : en 1966, les stewards sont titularisés à 88% (soit 456 salariés) tandis que les hôtesses ne le sont qu'à 25% (153 salariées pour 442 non titularisées). En 1965, la cheffe hôtesse Evelyne Oudinot annonce que la compagnie n'embauche pas de stewards à titre définitif du fait de la stabilité de ce personnel ; à la différence des hôtesses, ce personnel n'est pas renouvelé annuellement, même si quelques saisonniers viennent parfois compléter les équipages pour « *franchir la pointe d'été* » (94 sur la saison 1965).

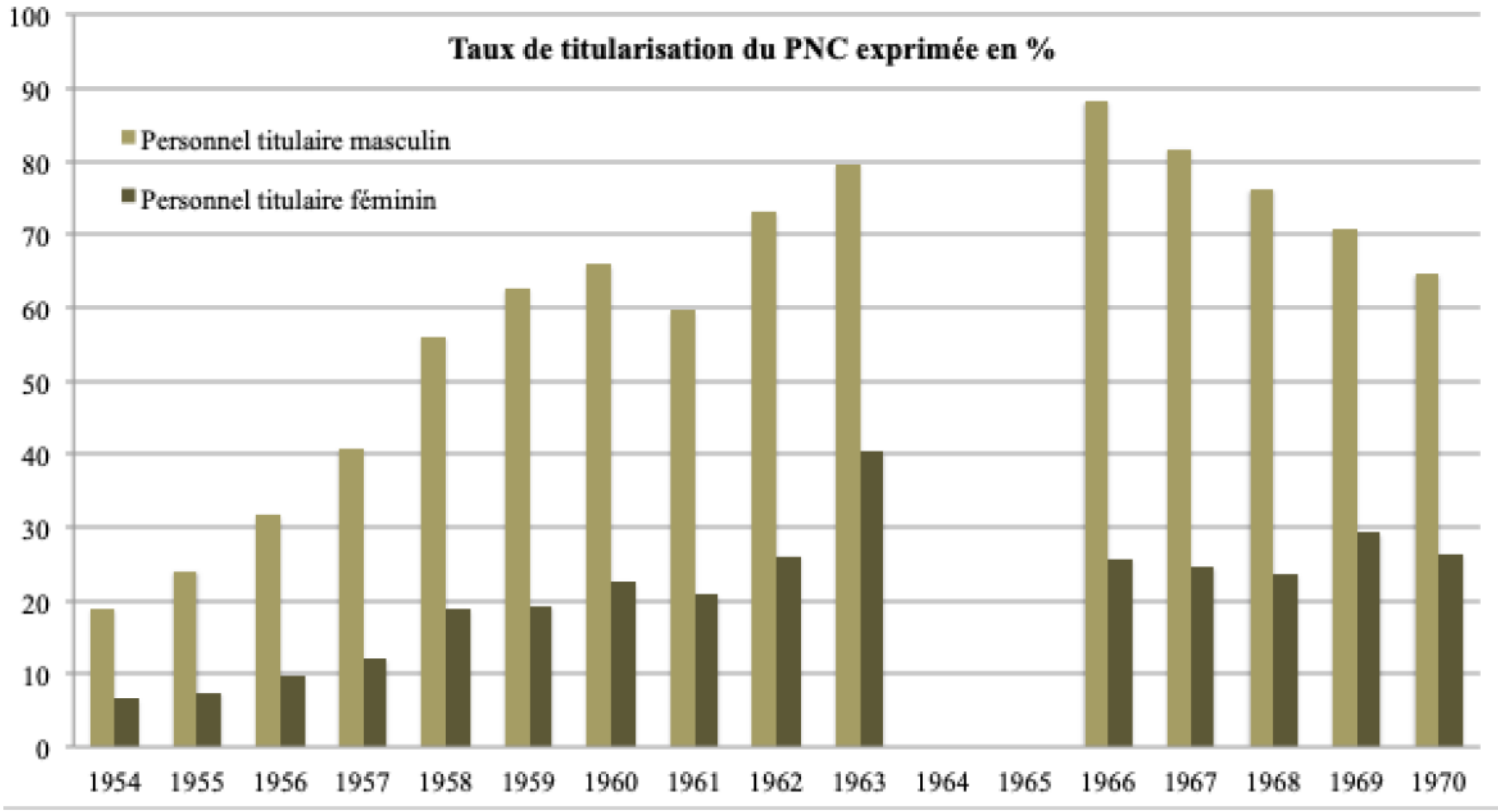
[941] Anne Lambert, Delphine Rémillon, « Une marche vers l'égalité en trompe l'œil. Disponibilité biographique et inégalités de carrière des stewards et des hôtesses », dans *Travail et Emploi*, n°154, avril-juin 2018, pp. 5-41

[942] *France Aviation*, n°125, avril 1963.

[943] *France Aviation*, n°129, août 1965.

[944] Tableau de l'embauche différencié, *France Aviation*, n°144, *opus. cit.*

[945] Règlements des conditions de travail PNC, 1959, *opus. cit.*



Graphique n°7 : une politique salariale largement genrée. Graphique réalisé sur la base des bulletins statistiques.

À ce tableau s'ajoute l'embauche de personnel navigant local purement féminin. Air France embauche 7 hôtesses allemandes et 7 hôtesses japonaises en 1954[946]. En 1970, elles sont 17 Antillaises, 29 Japonaises et 56 Allemandes[947]. En 1968, Air France intègre même des Brésiliennes pour le vol Paris-Rio[948]. Les Japonaises font l'objet d'une attention particulière de la part de la compagnie. En 1960, un accord entre la Japan Airlines et Air France sur l'exploitation de la ligne polaire autorise la compagnie japonaise à utiliser les Boeing 707 et les Lockheed Super Starliner dont elle ne dispose pas. En échange, elle pourvoit à Air France des hôtesses au savoir-faire traditionnel. Le service spécial « interclasse » consiste en un service en kimono de sushi et de saké[949]. Air France accueille les Japonaises dans des stages de perfectionnement à Orly, comprenant une formation sur la sécurité, sur le comportement à bord et sur le renforcement linguistique. L'encadrement organise également des visites

[946] Annuaire statistique, Direction du Personnel, 1954.

[947] *France Aviation,* n°186, mai 1970.

[948] *France Aviation,* n°160, mars 1968.

[949] *France aviation,* n°67, *opus. cit.*

parisiennes, avec opéra, ballet et présentation des collections de Dior, pour former ce personnel à une certaine expression féminine de la francité[950].

De la même manière, Air Algérie (dans laquelle Air France est actionnaire majoritaire jusqu'en 1962) n'embauche que des hôtesses de l'air. Drainant une partie conséquente du trafic des pieds-noirs vers la France lors du déclenchement de la guerre, elle s'occupe essentiellement du trafic de l'administration coloniale entre la métropole et les terres algériennes. Elle dispute à la Compagnie générale des transports aériens (CGTA) le réseau interne. Vu son importance grandissante dans le marché régional, Air Algérie réajuste son programme d'embauche en 1960. Le PCB est composé exclusivement de femmes entre 20 et 30 ans, de nationalité française et célibataires[951]. Leur rôle professionnel est similaire à celui qu'on retrouve chez Air France, à savoir veiller au confort des passager·ère·s, auquel s'ajoute les missions de commissariat, telles que la préparation des repas. Elles sont tenues avec insistance de respecter les règles d'habillement, leur présentation physique et limiter leurs accessoires vestimentaires. Le protocole souligne également leur obligation à participer à des mobilisations de caractère publicitaire. Le règlement d'Air Algérie est strict : les hôtesses sont tenues de vivre à Alger, leur période d'essai de six mois peut être renouvelée au souhait de la compagnie (qui peut retarder arbitrairement leur titularisation) et elles ne peuvent pas réembaucher dans une autre compagnie six mois après leur mise à pied. Cette clause de « *non réembauchage* » inquiète par ailleurs l'inspection du travail, qui fait part de ses préoccupations dans une lettre au directeur d'Air Algérie, le colonel Soufflet[952]. Liée à l'administration militaire, les hôtesses d'Air Algérie s'inspirent davantage des convoyeuses de l'air – également soumises au célibat contractuel[953] – que des hôtesses d'Air France, étudiantes, mondaines et métropolitaines.

À partir des années 1960, le PNC formé et installé est composé à majorité d'hommes, tandis que le personnel non titulaire est en majorité féminin. Cette condition explique l'inégalité salariale persistante entre les hôtesses et les stewards, qui partagent pourtant une même grille salariale depuis le statut PNC de 1954. Les salaires sont évalués selon la durée de

[950] *France Aviation*, n°124, mars 1965.

[951] Règlement du PCB d'Air Algérie, 16 mars 1960, direction du personnel d'Air Algérie. Archives du bureau du personnel, service de la formation aéronautique et du contrôle aérien. AN : 19760070/19.

[952] Lettre de l'inspecteur régional du service du travail et de la main-d'œuvre des transports, 21 mars 1960. Archives du bureau du personnel, service de la formation aéronautique et du contrôle aérien. AN : 19760070/19.

[953] *Le Monde*, 10 juin 1961.

travail hebdomadaire légale, fixée à 45h en 1951. À cette base s'ajoutent les primes de productivité générale et des primes complémentaires annuelles. Ces dernières sont réévaluées chaque année[954]. En 1969, une hôtesse stagiaire perçoit une base mensuelle de 730 francs (soit 1021 euros de 2024). Si le stage de quatre semaines aboutit sur une embauche, l'hôtesse est affectée à Orly en qualité d'hôtesse saisonnière, dont le salaire se compose d'un traitement fixe mensuel de 641 francs (861 euros de 2024) et des différentes primes. Pour comprendre l'importance des primes dans le système salarial des PNC, nous renvoyons au graphique n°13 : les fortes variations mensuelles enregistrées témoignent de la centralité des primes dans le pouvoir d'achat du personnel navigant. Une hôtesse titularisée touche en 1969 un traitement fixe de 846 francs (1137 euros de 2024) au premier échelon hiérarchique[955].

3.2.2. La fin du célibat contractuel

Dans un article du *Monde* de 1961, le journaliste Michel Legris interroge l'enthousiasme pour le métier d'hôtesse de l'air au regard des transformations du métier. L'époque héroïque serait révolue au profit d'une certaine normalisation de leur rôle et de leur fonction sociale ; la multiplication de femmes salariées à la SNCF, à la ville de Paris ou dans la publicité, montre que les hôtesses ont été le prototype réussi des nouvelles professions féminines[956]. Un article du *Monde* de 1962 concède la même idée, parlant d'une « *floraison de charmantes jeunes filles* » jusqu'au guichet des banques, qui semble découler de l'archétype aérien[957]. Dans la presse spécialisée, on admet même que « *l'apparition du métier d'hôtesse de l'air en raison même de son aspect spectaculaire, vite exploité par tous les moyens d'informations, ne tarda pas à donner naissance à de nombreuses variétés d'hôtesses au sol, dans les branches parfois les plus inattendues de l'activité économique* »[958]. Ainsi la sécurité sociale embauche de « *souriantes jeunes femmes* » en tailleur bleu pour recevoir la clientèle des Galeries Lafayette, de la Samaritaine et du Bon Marché et renseigner à propos des droits sociaux[959]. Michel Legris suppose que c'est un changement de mentalité, relatif à la stratégie maritale, qui est à l'origine de cette démocratisation :

[954] D'après le bilan social de 1966, *opus. cit.*

[955] D'après le dossier personnel de Muriel Delpon De Vissec, hôtesse embauchée en 1969 par Air France. Ses archives personnelles sont disponibles au musée Air France.

[956] Michel Legris, *Le Monde*, 22 mars 1961.

[957] « *Une nouvelle fonction : hôtesse* » *Le Monde*, 4 septembre 1962.

[958] *France Aviation*, n°141, août 1966.

[959] *Le Monde*, 14 mai 1964

> « *La « mode » d'être hôtesse de l'air pendant deux à trois ans avant de se marier est en régression chez les filles de « bonne famille ». Ce qui les attirait n'était point, comme on pouvait le croire, la perspective de rencontrer quelque riche passager qui leur demanderait leur main (...). Mais ce qui comptait surtout, c'était le plaisir de l'aventure, du voyage, du pittoresque* »
> [960]

Dix ans après l'écriture de cet article, on retrouve dans le magazine *Elle* un texte faisant état d'une nette rupture entre les imaginaires « d'autrefois » et ceux hérités des années 1968. En une décennie, l'hôtesse de l'air s'extirpe du mythe « jeune fille bonne à marier » pour devenir une professionnelle à part entière :

> « *Autrefois on était hôtesse parce qu'on était jolie fille. Quand on ne savait pas trop quoi faire de son temps c'était un moyen économique de voir du pays. Il y avait une sorte d'auréole autour de cette profession, le port de l'uniforme y était pour beaucoup. Aujourd'hui, il s'agit d'un métier. C'est-à-dire que l'on peut y envisager une carrière tout en ayant une vie de famille normale. C'est l'efficacité qui prime et une santé de fer* »[961].

En plus de la normalisation culturelle de l'aviation civile, la fin du célibat contractuel en 1963 contribue au déplacement des représentations relatives au professionnalisme de l'hôtesse. Il est impossible de déterminer avec précision le pourcentage de navigantes affectées par cette clause, mais on peut en estimer l'ampleur. Il est en effet difficile de connaître de nombre de licenciement, car les bulletins statistiques édités entre 1946 et 1963 ne donnent pas d'informations détaillées sur les mouvements de personnel. Ces derniers sont répartis majoritairement entre la démission et le licenciement. Cela ne peut pas nous renseigner sur les causes de démission (en prévision d'un mariage ?), ou sur les causes de licenciement (pour avoir prévenu la compagnie de son mariage ?). On peut toutefois avoir une idée du volume de départ annuel que cela représente : en 1958, par exemple, on compte le départ de 126 PNC, dont 58 démissions et 49 licenciements[962], soit une diminution – comblée par l'embauche – de

[960] Michel Legris, *opus. cit.*

[961] *Elle,* 26 avril 1971, trouvé dans Florence Müller, *opus. cit.*

[962] Annuaire statistique de 1958, archives d'Air France.

17% des effectifs. En 1962, ce taux est porté à 30%[963]. Au regard de la moyenne d'âge du personnel, il est possible d'affirmer que c'est une grande majorité de femmes qui est licenciée. Du côté états-unien, Kathleen M. Barry annonce que 99% des résignations des hôtesses de l'air étaient dues au mariage quand, en 1955, encore aucune compagnie n'avait abandonné le célibat contractuel[964]. La carrière d'une hôtesse de l'air correspondait alors à environ 27 mois de service. Après la levée de la clause discriminante chez Air France, le taux de diminution du PNC baisse considérablement. En 1967, on enregistre 103 départs (dont 19 démissions et 3 licenciements) soit 7% de l'effectif, 152 départs en 1968 (9%) et 166 départs en 1969, soit un total de 9%.

3.2.2.1. Un procès inédit mais peu visible

Engagée le 3 février 1956, Anne-Marie Doumergues est la première salariée française à contester officiellement la clause qui empêche une hôtesse de se marier. Elle porte plainte contre Air France en 1959 après avoir été licenciée pour son union avec Pierre Barbier, alors secrétaire général du SNPNC – le fait que Barbier soit très actif dans l'activité syndicale est un élément non négligeable. La compagnie invoque l'article 72 du règlement édité le 20 avril 1959 « *qui entraine la cessation des fonctions* »[965]. Débouté par le tribunal de la Seine, le couple fait appel devant la cour d'appel de Paris. Le procès n'est que très peu visibilisé : nous n'avons trouvé aucun document de la compagnie faisant état de son avancée juridique ou même de sa résolution. La propre revue d'entreprise, malgré ses nombreuses pages dédiées au fonctionnement d'Air France et à son personnel, n'en touche pas un seul mot. Seuls quelques articles épars éclairent l'évolution des possibilités conjugales des hôtesses.

Porté devant la 3ème chambre du tribunal civil de la Seine, M. Gorsse défend l'épouse Barbier contre M. Garnault, qui invoque le bon droit d'Air France de disposer de cette clause discriminante. Ce dernier insiste sur l'incompatibilité de la grossesse et de l'exercice du métier, en rappelant que plusieurs compagnies mondiales fonctionnent selon la même logique, comme la Sabena, KLM ou Swissair. L'avocat de la demandeuse rétorque que les hôtesses d'UAT, d'Air Scandinavie ou de TWA bénéficient du droit à l'union, et que les dispositions

[963] Annuaire statistique de 1962, archives d'Air France.

[964] Kathleen M. Barry, p.65

[965] Règlement fixant les conditions de travail du PNC, Direction du personnel, 20 avril 1959, archives du musée Air France.

d'Air France sont « *illicites et immorales* »[966], parce que contraires à la liberté fondamentale de se marier. Le tribunal civil tranche le 30 avril 1963 en faveur d'Anne-Marie Barbier[967]. Air France conteste la décision et fait appel devant la cour de cassation. La compagnie est toutefois soumise à lever le célibat contractuel à compter de cette date. Or, malgré une telle victoire, le traitement médiatique est pauvre. Le SNPNC demande à différentes revues spécialisées (comme *Intravia* ou *Aviation magazine*) de s'intéresser à cet événement « *à l'importance capitale* » et qui « *aura des répercussions internationales* »[968]. Preuve de la mauvaise couverture médiatique de cette séquence juridique, un article de *Paris Match* du 31 décembre 1963 publie l'entretien d'une hôtesse affirmant que le célibat contractuel est encore en vigueur. Pierre Barbier écrit personnellement au comité de rédaction pour signaler l'erreur, en soulignant que toutes les hôtesses françaises ont désormais le droit au mariage[969].

Malgré le succès de cette lutte, elle n'est que très peu relayée dans l'environnement social qu'elle concerne. Elle est davantage connue dans le champ du droit. Le litige porté par Anne-Marie dépasse le cadre corporatiste d'Air France pour bousculer les structures juridiques du plus haut niveau. Il est à l'origine d'une jurisprudence que les étudiant·e·s apprennent aujourd'hui sous le nom « d'époux Barbier ». Le 7 juin 1967, la cour de cassation décide de renvoyer le litige devant la haute autorité du tribunal des conflits, chargé de régler les conflits entre l'ordre judiciaire et l'ordre administratif, car les juges de cassation n'arrivent pas à déterminer la nature juridique du contentieux[970]. Le droit d'Air France à disposer du statut de son personnel relève-t-il de l'autorité judiciaire ou de l'autorité administrative ? En tant que « *société d'économie mixte* », les hôtesses sont liées à la compagnie par un contrat de droit privé, mais sont par ailleurs soumises à des règlements qui font l'objet d'une tutelle administrative (code de l'aviation commerciale et décret ministériel de 1950 approuvant les statuts d'Air France). Quel tribunal possède la compétence pour juger la légalité de ces statuts ? À cela se rajoute le fait que le service aérien peut être considéré comme « *un service public concédé* ». Le décret de 1950 délègue à Air France le droit d'élaborer ses statuts au moyen de conventions collectives négociées. Le tribunal des conflits tranche le 15 janvier 1968 en faveur de l'autorité administrative. Finalement, le statut réglementaire d'Air France

[966] *Le Monde*, 10 juin 1961, *opus. cit.*

[967] *Le Monde*, 4 avril 1963.

[968] Lettre de Pierre Barbier, secrétaire général du SNPNC, à différentes rédactions, le 4 mai 1963, archives du SNPNC.

[969] Lettre de Pierre Barbier au comité éditorial de *Paris Match*, le 1er octobre 1964, archives du SNPNC.

[970] Arrêté de la chambre sociale de la cour de cassation, bulletin du 7 juin 1967, archives Légifrance.

de 1950 confère aux statuts internes de l'entreprise un caractère administratif, relevant de l'organisation du service public, même s'ils sont élaborés par un conseil d'administration privé[971]. Cette décision est transposable à toutes les autres sociétés nationales en charge d'un service public[972].

3.2.2.2. L'éthos de la célibataire

Malgré la portée juridique de cette affaire, nous n'avons pas trouvé d'autres traces de lutte contre le célibat contractuel, qu'elle soit individuelle ou collective. On devine parfois une certaine frustration, comme celle de Florance Urbain, hôtesse licenciée pour cause de mariage, qui indique dans une lettre de remerciement à *France Aviation* après avoir gagné leur jeu mensuel : « *le mariage a du bon mais il vous oblige à quitter un métier passionnant dans lequel j'avais vraiment foi* »[973]. Loin d'être perçu comme un problème, le célibat ne semble être qu'une manifestation de ce que les hôtesses considèrent comme la nature du métier, à savoir une aventure de jeunesse. Les courtes carrières féminines dans l'aérien sont une norme internationale, si on en croit *France Aviation* qui annonce une moyenne de deux ans et demi en 1960[974], ou Albert Mayrand, écrivant que « *la grande majorité des hôtesses se marient et se marient tôt* » et « *qu'au Canada la durée moyenne de leur emploi est de deux ans* »[975]. D'après Vanessa d'Hooghe, la Sabena lève le célibat contractuel en 1963 – dans le sillage d'Air France – sans que le personnel ne se soit manifesté. La direction renvoie au turn-over trop important de ses hôtesses et tente de le résorber en autorisant le mariage[976].

Loin d'être une revendication portée à l'agenda syndical, le célibat contractuel semble n'être qu'une incarnation légale d'un état d'esprit que le juriste conservateur Albert Mayrand synthétise de la sorte :

> « *L'on peut offrir au passager l'attrait d'une hôtesse jeune et libre, sans pour autant encourager la séduction. Il n'y a pas de mal à exiger des hôtesses de l'air qu'elles soient jolies et qu'elles aient du charme (...). Les*

[971] Arrêté du tribunal des conflits, jurisprudence « époux Barbier », 15 janvier 1968.

[972] *Le Monde*, 23 janvier 1968.

[973] *France Aviation*, n°86, janvier 1962.

[974] *France Aviation,* n°67, *opus. cit.*

[975] Albert Mayrand, *opus. cit.*

[976] Vanessa d'Hooghe, *opus. cit.*

femmes mariées peuvent avoir ces qualités, mais on trouve chez la jeune célibataire un charme et une grâce qui lui sont particuliers. L'aspect de son insouciance, à lui seul, inspire un sentiment de sécurité. Le plus naturellement du monde, le Petit Larousse *définit l'hôtesse de l'air :* jeune fille *qui, à bord des avions commerciaux, veille au confort des passagers. Cette définition, un peu trop restrictive, indique déjà une tradition, résume une expérience : la fonction d'hôtesse de l'air convient mieux à la jeune fille qu'à la femme mariée* »[977].

La femme mariée est souvent associée à la maternité. Il est alors très commun d'affirmer qu'une hôtesse ne peut pas être une mère, car elle ne saurait être disponible simultanément pour son enfant et pour la compagnie aérienne. Gérard, un steward militant au SNPNC explique de but en blanc :

« *Moi, in petto, je disais « c'est bien que les hôtesses ne soient pas mariées, parce qu'une hôtesse qui a son gosse qui est malade, il a 39 ou 40, et qui dit à son mari : « excuse-moi je pars à Tokyo », c'est pas confortable pour une femme (…). Une mère qui a son enfant malade, elle revient à midi ou le soir. Tandis que l'hôtesse elle partait 20 jours à Tokyo. J'ai vu des filles qui étaient mariées, et qui n'osaient pas le dire après* »[978].

Les structures patriarcales ont imposé aux hôtesses l'étiquette de « jeune fille », de bonne moralité, à jamais disponible dans son célibat. Cette étiquette est en partie absorbée par les propres travailleuses qui font du célibat un gage professionnel et continuent d'investir le métier d'hôtesse comme une passerelle maritale. Dans un reportage télévisé de 1967, plusieurs candidates hôtesses d'Air France témoignent devant les caméras. Interrogées sur leur désir d'intégrer une compagnie aérienne. Les réponses sont multiples, mais, fait intéressant, elles donnent toutes leur avis sur le célibat sans que la question leur soit posée (devant les caméras du moins) :

« Hôtesse 1 : *Pour une hôtesse l'idéal est de rester célibataire* (…).

[977] Albert Mayrand, *opus. cit.*

[978] Entretien avec Gérard mené par Louis-Marie Barnier, 1997.

Hôtesse 2 : *La compagnie Air France et les autres compagnies y ont remédié puisqu'on peut se marier mais ce n'est pas du tout compatible avec le métier d'hôtesse de l'air (...).*

Hôtesse 3 : *Mais enfin je ne pense pas qu'on puisse faire ce métier là très très longtemps. Je pense qu'un maximum de trois ans est suffisant. Parce qu'ensuite on se sent obligée. C'est une routine alors que j'envisage cela comme une découverte plutôt qu'une routine. Découvrir les gens et puis voilà* »[979].

Après la levée du célibat contractuel, le taux de mariage chez les hôtesses augmente logiquement et de manière inexorable. En 1963, 27 hôtesses profitent de la libéralisation de leur contrat, soit 5% des effectifs[980]. En 1966, le taux monte à 18%. En 1970, il évolue à 25%, soit une hôtesse sur quatre (voir le graphique n°8). Le taux d'hôtesse avec enfant est sur cette période relativement stable, compris entre 15 et 17 %. Ces statistiques peuvent se lire de deux manières différentes. Elles témoignent d'une libération certaine des travailleuses qui peuvent désormais engager une vie familiale, mais signalent par ailleurs un engouement finalement modéré pour le mariage et la maternité chez les jeunes hôtesses tant qu'elles sont en activité. Il faut toutefois nuancer ce tableau : les femmes mariées se retrouvent davantage dans les secteurs moyen-courriers tandis que les femmes célibataires privilégient les vols long-courriers (nous détaillerons cette idée dans la partie suivante).

En automne 1963, soit au moment où les polémiques autour du mariage des navigantes font rage, Bertrand d'Astorg, l'ancien formateur des premières générations d'hôtesse, publie un livre intitulé *Le Mythe de la dame à la licorne*. Étant un acteur important d'Air France, la revue d'entreprise se fait le relais immédiat de l'ouvrage et détaille l'origine de cette fascination occidentale :

« *C'est l'Occident, et plus particulièrement le Midi de la France qui a caché depuis le XII siècle, sous l'image de la bête unicorne, une image de l'amour, conception audacieuse, raffinée pour ne pas dire hérétique, puisqu'elle ne visait pas moins à recréer l'image de*

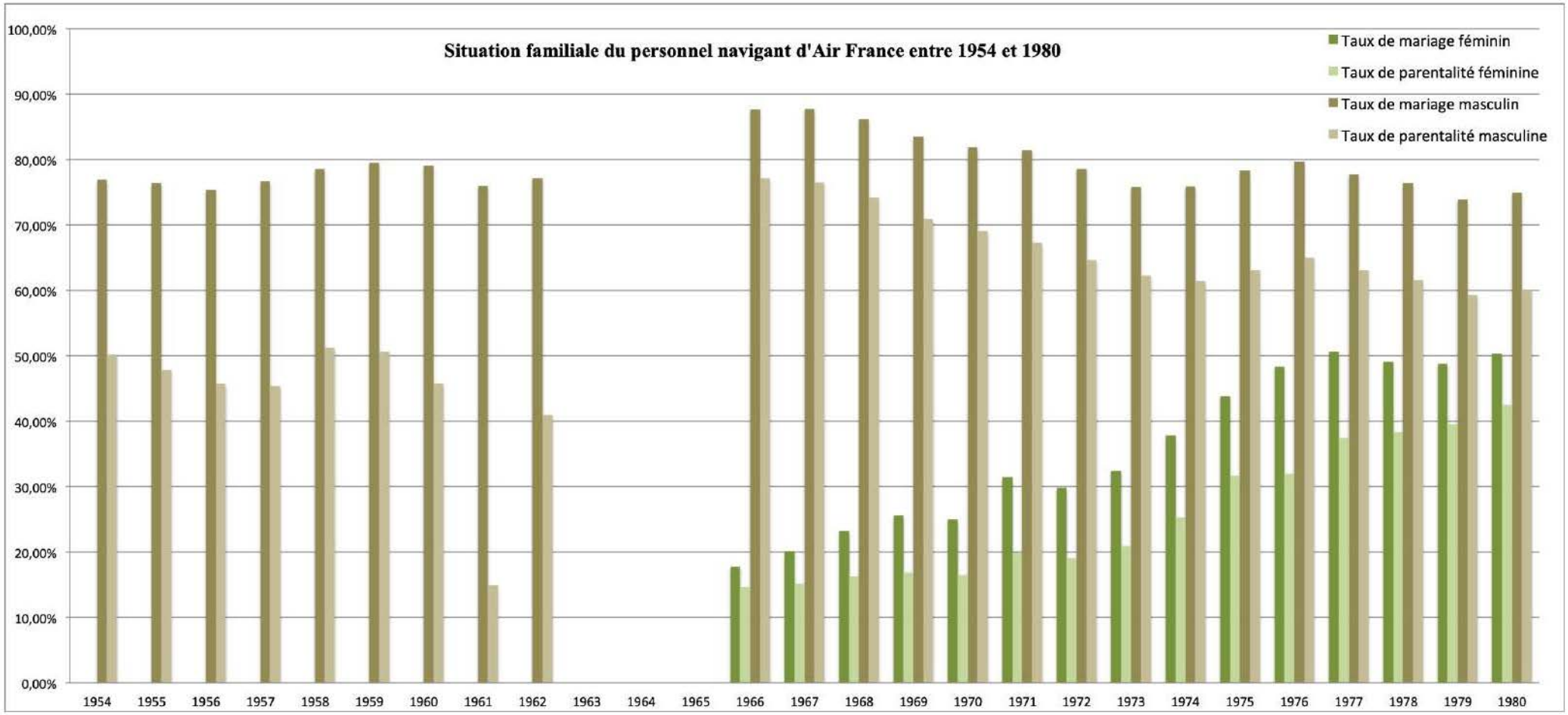
[979] JT Aquitaine, ORTF, 15 décembre 1967, archives de l'INA. URL : https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/video/boc9310071018/hotesse-air-france

[980] D'après le rapport de Maurice Delaigue, *opus. cit.*. L'annuaire statistique de 1963 ne rend pas compte des situations familiales de ses agent·e·s pour cause « *d'un changement intervenu dans la procédure d'exploitation des fichiers du personnel* ».

la jeune fille dans la femme mariée, à la célébrer comme lointaine et inatteignable, et à saper ainsi l'institution du mariage (et du mari) »[981].

Ces pages proposent une certaine métaphore de l'hôtesse de l'air, véritable licorne du ciel, qui, même autorisée à se marier, doit continuer d'incarner cette virginité supposée des jeunes femmes. Le changement qu'opère la fin du célibat contractuel se traduit également par une désynchronisation entre les cadres vieillissants de la compagnie, souvent conservateurs, et les nouvelles générations d'après-guerre qui envisagent la profession aérienne comme une carrière. La féminisation de la profession inspire l'image d'une féminité émancipée du carcan de la vie domestique, dans laquelle les groupes d'hôtesses semblent être une avant-garde moderne.

[981] *France Aviation,* n°111, février 1964.



Graphique n°8 : la situation familiale d'Air France. Le taux de parentalité concerne le personnel qui a au minimum un enfant. Graphique réalisé grâce aux chiffres des bulletins statistiques[982].

[982] L'absence de données pour l'année 1963 est due au renouveau de la réglementation après la fin du célibat contractuel. Nous manquons d'archives pour combler les trous de 1964 et 1965.

3.3. La féminisation de l'image de marque Air France, un marqueur de modernité

La féminisation des équipages est indissociable de la féminisation des messages publicitaires. Sur le plan international, les compagnies proposent un renouveau féminin de l'aviation civile. L'image de l'hôtesse, sur laquelle viennent se concentrer particulièrement les efforts commerciaux, est davantage investie par l'industrie culturelle dans son rôle de service et de faire-valoir masculin. Cette mise en valeur esthétique et performative s'accompagne de la sexualisation de l'imaginaire qui leur est lié. L'augmentation de la portée sociale de ce dernier s'explique par la captation de l'hôtesse par l'industrie de la mode et du spectacle.

3.3.1. La féminisation des campagnes publicitaires

Les fiches horaires éditées par Air France nous renseignent avec précision sur le déclenchement de la campagne de féminisation. Si la première image d'hôtesse apparaît dans le feuillet de 1947, elle n'incarne pas dans les années 1950 une ligne marketing particulière. En revanche, elle apparaît de manière systématique à partir du bulletin de 1962 couvrant les horaires d'hiver. Lors de la conférence annuelle des ventes et des relations extérieures de 1961, les cadres d'Air France présentent le fameux « Welcome Service » à leurs équipes de vente. Opérationnelles dès le début 1962, ces nouvelles prestations visent à améliorer l'expérience commerciale de la clientèle, à travers une plus grande implication du personnel d'agence dans les renseignements touristiques. Il devra être capable de renseigner le touriste sur la ville ou le pays, ses bonnes adresses et leurs horaires, à grands renforts de guides et d'annuaires. On y retrouve l'influence des hôtesses de Paris de 1950. La compagnie insiste particulièrement sur la présentation des hôtes et des hôtesses d'accueil des agences de réservation, en France comme à l'étranger. Souriant·e·s et disponibles, ils sont censé·e·s fournir cette image de cohésion et d'homogénéité de la marque Air France. Si l'article convoque le rôle commercial des deux sexes, la réalité publicitaire de cette nouvelle campagne consacre essentiellement la figure de l'hôtesse dans le sillage tracé par les géants américains (voir illustration n°19). Le bulletin horaire annonce d'ailleurs que le Welcome Service est à « *votre entière disposition pour vous renseigner, vous aider, conseiller, simplifier votre séjour* »[983].

[983] Bulletin horaire, (15 février – 31 mars), 1962, archives du musée Air France.

Illustration n°21 : le renouveau commercial d'Air France : le sourire de l'hôtesse d'accueil. Photo personnelle du bulletin horaire de 1962 (15 février – 31 mars), archives du musée d'Air France.

Le bulletin d'été 1963 présente une hôtesse de l'air qui performe cette fois-ci une nouvelle attitude[984]. Calot sur sa chevelure blonde, gant de soie blancs tenant le combiné, sourire évocateur, l'hôtesse « glamourisée » lance un regard plus pénétrant que courtois, où le maquillage appuyé des yeux ne ressemble pas à ce qu'Air France exige par ailleurs de ses hôtesses (voir illustration n°20).

[984] Bulletins horaires. Archives du musée Air France.

Illutsration n°22 : le rôle suggestif de l'hôtesse de l'air dans les campagnes commerciales. Photo personnelle du bulletin horaire de 1963 (16 juillet – 30 septembre), archives du musée Air France.

À partir de 1964, la compagnie met en valeur le « Welcome Service » par des bandeaux éponymes, accompagnés d'une figure d'hôtesse et du traditionnel slogan « le plus grand réseau du monde ». Une hôtesse de l'air blonde, reconnaissable à l'insigne doré qu'elle porte sur son calot, devient l'image centrale du bulletin horaire. La revue d'entreprise se fait le relais de cette campagne, afin que le personnel assimile cette féminisation progressive de l'identité commerciale[985]. En fonction des années, la direction commerciale propose des nouveaux

[985] *France Aviation,* n°114, mai 1964.

visages. Toutes les hôtesses sélectionnées sont blondes, jusqu'en 1969 où une première égérie brune accompagne le renouveau graphique de la compagnie.

Au-delà des seuls bulletins horaires, c'est tout le dispositif publicitaire d'Air France que la compagnie adapte à cette image plus moderne. En consultant les dossiers de presse, on peut retracer et quantifier cette ligne commerciale. Air France propose notamment un contenu au célèbre journal états-unien *News Week*. Entre 1952 et 1971, on compte 200 occurrences commerciales qu'on peut diviser de la sorte (voir tableau n°4) :

Rubrique	1952-1960	1960-1971	1952-1971
Lieux touristiques	2%	21%	15%
Clientèle Air France	40%	36%	37,5%
Dimension technique	40%	7%	20,5%
Personnel Air France	8,4%	35%	24%
→ *Dont hôtesse*	→ *3%*	→ *30%*	→*18,5%*

Tableau n°4 : changement de l'angle commercial d'Air France dans le journal *News-Week* entre 1952 et 1971[986].

Lorsqu'on temporalise cette production, on s'aperçoit d'une féminisation caractéristique du message publicitaire. Durant les années 1950, le thème de la technicité représente près de 40% du volume publicitaire, de façon à incarner au plus près le discours modernisateur et la campagne « *à la pointe du progrès* ». La mise en situation de la clientèle représente également 40% du volume d'images – celle du couple hétérosexuel occupant à elle seule 20%. Plus frappant encore, la représentation des hôtesses de l'air ne représente que 3% du nombre total des publicités. En revanche, lorsqu'on reproduit l'opération sur les années 1960, les hôtesses de l'air occupent 30% du volume total publicitaire. Un autre signal de cette féminisation consciente et stratégique est l'absence totale de la figure du steward, pourtant statistiquement surreprésenté à bord des équipages.

La direction commerciale assume pleinement la transformation de son image de marque. En 1964, les cadres dirigeants préfèrent renforcer leur action commerciale, plutôt que d'envisager une restructuration des secteurs logistiques ou industriels. Il s'agit notamment de promouvoir le service à la personne. Pour citer le rapport de la conférence de ventes de 1964 : « *des thèmes directionnels sont tous présentés, cette année, par une hôtesse dont le sourire donne*

[986] D'après le dossier de presse *NewsWeek,* archives du musée Air France. Consulter la table des graphiques et des tableaux pour davantage de précision.

une chaleur particulière au slogan officiel : « à votre service »»[987]. « *Un visage féminin souriant* » doit dès lors accompagner chaque campagne promotionnelle. Pour joindre le geste à la parole, la salle de la conférence – aux acteurs exclusivement masculins – est décorée de silhouettes cartonnées à l'effigie de l'ambassadrice commerciale choisie pour 1965 : une hôtesse blonde, souriante, chignon banane dissimulée sous le calot de l'uniforme conçu par la maison Dior en 1962 (voir illustration n°21). Cette nouvelle égérie accompagne alors de manière systématique les publications d'Air France jusqu'en 1966.

Illustration n°23 : un visage féminin au milieu des hommes, conférence des ventes de 1964, photo de *France Aviation*, n°120, novembre 1964.

L'apparition de l'hôtesse Air France déborde largement le cadre restreint des évènements aériens. Les hôtesses investissent notamment le champ radiophonique et télévisuel dans une mission de représentation de la compagnie. En organisant un jeu télévisé Air France en 1963, une hôtesse de l'air co-anime l'émission avec Raymond Marcillac, connu pour médiatiser le sport. Il trouve les « *hôtesses d'Air France formidables* »[988]. Ce sont les hôtesses Anne-Marie Grésil et Marie-Claude Torrani qui incarnent la compagnie dans l'émission de Télé-Dimanche du 9 octobre 1966[989]. Ce sont également des hôtesses qui présentent l'émission-

[987] *France Aviation*, n°120, novembre 1964.

[988] *France Aviation*, n°100, mars 1963.

[989] *France Aviation, n°*144, *opus. cit.*

concours en compagnie de Jean Bardin, coordonnée par Air France avec Radio-Luxembourg à partir du 7 octobre 1966[990].

Au sein de la compagnie, cette omniprésence de l'hôtesse doit se retrouver à toutes les étapes du voyage aérien, depuis la réservation du billet jusqu'à l'atterrissage. Dans cette perspective, l'hôtesse d'accueil fait penser, dans une certaine mesure, à une forme terrestre et précarisée de l'hôtesse de l'air. En 1968, Air France possède treize points de vente dans la capitale. L'ouverture des bureaux Air France dans le tout récent espace immobilier Maine-Montparnasse en 1966, célébré par un article évocateur intitulé « For Maine Only », consolide l'imaginaire de « *l'hôtesse blonde et charmante* » qui fait la « *renommée de ce point de vente* »[991]. Cette féminisation des politiques commerciales transparait même dans la composition du discours publicitaire, qu'un journaliste retranscrit de la sorte en 1961 : « *la réputation commerciale a dit quelqu'un, c'est comme un bas de soie : une maille qui file et tout est perdu ; la moindre pointe d'épingle devient ainsi un danger redoutable et on doit l'éliminer* »[992]. Les hôtesses d'Air France deviennent le point de contact systématique de la compagnie avec l'extérieur : on les retrouve dans toutes les manifestations officielles, notamment lorsque le premier ministre Georges Pompidou visite le nouveau siège social d'Air France à Montparnasse, accompagné par les officiels d'Air France. En plus des hôtesses d'accueil, des navigantes figurent parmi le personnel d'accueil, au côté des gardes présidentiels, ajoutant « *une note fraîche et aéronautique* » à la visite[993].

La féminisation d'un service conjuguée à l'individualisation du système de vente contribue fortement à la sexualisation des représentations associées aux professions. Ce processus est particulièrement visible aux États-Unis. Pour lutter contre une certaine normalisation du transport aérien, les différents publicistes d'outre Atlantique s'attachent, dans la logique érotisante du début des années 1960, à individualiser le service. Kathleen M. Barry note que « *les messages « personnels » se confondent de plus en plus avec les messages sexuels sur Madison Avenue* » et que les compagnies aériennes contribuent à cette dynamique[994]. Victoria Vantoch utilise le concept de « *Jet Sex* » pour illustrer comment le

[990] *ibid.*

[991] « For Maine Only », *France Aviation*, n°137, avril 1966.

[992] *France Aviation,* n°84, *opus. cit.*

[993] *France Aviation,* n°145, décembre 1966.

[994] Kathleen M. Barry, *opus. cit.* p. 100. Traduction personnelle, phrase originale : *« personal messages increasingly blurred with sexual messages on Madison Avenue ».*

developpement du transport à réaction influence l'image de la féminité. Dérivée de la formule anglo-saxonne « *Jet Set* » (décrivant une élite sociale se déplaçant dans des avions privés), la « *Jet Sex* » traduit une nouvelle disposition des relations genrées. L'hôtesse, contrainte de servir beaucoup plus de monde dans un temps réduit, doit incarner une sorte de promesse intime des fantasmes hétérosexuels. Mary Wells, une publiciste convoquée par Braniff pour « épicer » son image de marque à la fin des années 1960, annonce au journal *Buisness Week* en 1967 que « *lorsqu'un homme d'affaires fatigué monte dans un avion, nous pensons qu'il devrait être autorisé à regarder une jolie fille* »[995].

Dans une certaine mesure, la féminisation des représentations de l'aviation civile s'insère dans le continuum sexo-économique que définit Paola Tabet. L'anthropologue défend l'idée qu'une proposition sexuelle matricielle se dissimule derrière chaque prestation de service : « *Dans des contextes de domination masculine, la sexualité n'apparaît pas comme un échange réciproque entre hommes et femmes, mais comme un échange asymétrique. Non pas un échange du même avec du même, de la sexualité échangée contre de la sexualité, mais une compensation masculine pour une prestation féminine, un paiement qui pourra revêtir des formes variées (don, compensation en argent, emploi, promotion, prestige ou statut social, et jusqu'au nom pour n'en citer que quelques unes) en échange d'une sexualité transformée en service* »[996]. Bien que l'hôtesse n'offre pas directement de la sexualité, elle est malgré elle saisie par l'imaginaire sexualisant. On peut même suggérer que la profession d'hôtesse de l'air est un espace où se déploie de manière prématurée cette sexualisation des métiers du secteur tertiaire, du fait de leur forte médiatisation planétaire de leur capacité à ritualiser l'apparition de la féminité au travail.

3.3.2. L'esthétisation de la féminité au travail

3.2.2.1. L'aviation et le champ de la mode

[995] Kathleen. M Barry, *opus. cit.* p. 100. Traduction personnelle de la phrase originale : « when a tired buisnessman gets on an ariplane, we think he ought to be allowed to look at a pretty girl ».

[996] Paola Tabet, La grande arnaque, sexualité des femmes et échange économico-sexuel, L'Harmattan, 2004, p. 145

Au cours des années 1960, Air France investit de manière saisissante le champ de la mode. On observe deux modalités de diffusion : vers l'extérieur d'une part, dans le but de consolider l'axe commercial de l'élégance et du raffinement, en interne d'autre part, pour renforcer l'adhésion du personnel aux stéréotypes de genre. L'uniforme des hôtesses de l'air est un objet de récit et de fascination. Il révèle la silhouette, ordonne la féminité, annonce les bifurcations commerciales des grandes compagnies. Le tournant des *sixties*, comme l'identifie l'histoire culturelle de la mode[997], se retrouve nettement chez Air France. En 1962, la compagnie fait appel à Marc Bohan, couturier de la maison Dior, pour changer les uniformes. Ce choix stratégique fait couler beaucoup d'encre. *Le Monde* annonce l'arrivée de ce *new-look*[998] comme une « *mise à la mode* » et une plus grande commodité pour le travail des hôtesses[999]. Marc Bohan lance même une collection en mars 1962 dans laquelle il introduit une création baptisée « Air France ». C'est un modèle bleu qui ramène la jupe aux genoux et la taille aux hanches. Le travail du couturier est salué pour créer « *une féminité nouvelle* », absolument « *nouvelle mode* »[1000]. C'est principalement la robe d'été en tergal couleur bleu ciel, accompagnée de son « *tambourin « en taupé »* » (voir illustration n°22) qui inspire la presse parisienne rassemblée chez Dior pour la présentation[1001]. Marc Bohan fête l'événement en introduisant dans sa propre collection un élément de haute couture qu'il baptise lui-même « Air France ». D'après Florence Müller, « *la veste dessine un buste court et des épaules naturelles qui avantagent les femmes menues* »[1002]. La compagnie profite par ailleurs de l'enthousiasme de ce nouvel uniforme pour engager la féminisation de son image de marque décrite plus haut.

[997] Nicole, Janin, « Mode et media : les années 1960 », *La mode des sixties*, Autrement, Mémoires/Histoire, 2007, pp. 103-109

[998] *Le Monde*, 5 avril 1962.

[999] *Le Monde*, 10 mai 1962.

[1000] D'après le Journal Les Actualités Françaises, 28 février 1962 archive INA. URL : https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/video/afe85009420/la-ligne-de-la-saison-selon-dior

[1001] *France Aviation,* n°90, *opus. cit.*

[1002] Florence Müller, *opus. cit.*

Illustration n°24 : mise en abîme de l'égérie commerciale, photo personnelle du bulletin horaire de 1964, n°4, 1er avril – 31 octobre

Au tournant des années 1960, Air France investit le champ de la mode de différentes manières. Bien qu'il soit difficile d'en mesurer l'impact réel, la direction commerciale propose par exemple un nouveau type de coiffure nommé « Espace », spécialement étudié pour les hôtesses de l'air. Les deux hôtesses sélectionnées pour la promotion ont pour mission de « *susciter de nombreuses vocations aéronautiques* »[1003]. Lors de l'ouverture du site de production de Lancôme à Chevilly-Larue en 1962, des navigantes d'Air France viennent représenter la compagnie dans ces nouvelles « *usines de la beauté* »[1004]. Elles honorent dans le même temps le partenariat qui les lie à l'entreprise cosmétique, puisque les hôtesses utilisent essentiellement des produits Lancôme. Le journal télévisé qui couvre l'ouverture du site

[1003] *France Aviation,* n°85, *opus. cit.*

[1004] Journal Les Actualités Françaises, 27 juin 1962, archives INA. URL : https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/video/afe85009567/a-orly-l-usine-de-la-beaute

évoque l'évidence de ce rapprochement : les ambassadrices de la féminité française sont en quelques sortes des supports commerciaux presque naturels de l'industrie cosmétique (voir illustration n°23). La proximité du nouveau site avec l'aéroport d'Orly n'est pas un hasard. Lancôme vise à l'exportation de plus de 219 gammes de produits dans 10 000 points de vente internationaux. Les hôtesses visitent le site afin d'assurer les liens aimables et mondains entre les différentes directions, tout en testant les nouvelles créations.

Illustration n°25 : les hôtesse de l'air au centre de la production de beauté féminine, capture d'écran du journal *Les Actualités Françaises*, 27 juin 1962, archives INA.

En 1963, des stands de promotion d'Air France sont installés dans les grands magasins pour « *renseigner les futures passagères* »[1005]. La mode s'inspire directement de la culture de l'air, comme l'écrit Jacques Heim pour *France Aviation*, président de la chambre syndicale de la couture parisienne. La mondialisation du secteur textile avec l'explosion du prêt-à-porter (qui représente près de 65% des achats féminins en 1967[1006]) trouve un relais matériel efficace dans l'aviation. Selon les mots de Jacques Heim, la composition d'un vestiaire complet doit tenir dans la valise en soute[1007]. Comme beaucoup d'autres, l'industrie de la mode profite de la diminution des distances qu'offre le transport à réaction. Il s'agit pour le secteur du vêtement d'habiller simultanément New-York et Paris, selon une logique de décentralisation sociale. À

[1005] *France Aviation* n°103, juin 1963.

[1006] Dominique Veillon, Patrick Friderson, *La mode des sixties*, Autrement, Mémoires/Histoire, 2007, pp. 4-14

[1007] *France Aviation,* n°92, juillet 1962.

destination principale de la jeunesse, le « prêt-à-porter » est une forme industrielle de la haute couture, que la fabrication usinière adapte en quelques mois. Deuxième industrie nationale derrière la métallurgie à la fin des années 1950, la fabrication textile s'emballe jusqu'à vendre plus de 10 millions de robes à l'année[1008]. Au-delà du strict argument économique, Jacques Heim signale également une connivence esthétique entre l'aérien et le vêtement : « *j'en conclus que l'avion a influencé favorablement la mode française dans le sens : légèreté, vitesse, diffusion* »[1009], soit trois mots qui relèvent, encore une fois, du champ lexical de la modernité. Si la technicité, la puissance, l'accélération étaient les principaux vecteurs du discours aériens au cours des années 1950, l'entrée dans le « *Jet Age* » doit se faire sous le signe de la simplicité, de la reproductibilité et de la massification, à l'image du *pop-art* d'Andy Warhol.

3.3.2.2. Fabrication et spectacularisation des normes esthétiques

Les années 1960 sont également des années d'institutionnalisation des concours entre hôtesses de l'air. Ces derniers sont calqués sur le modèle des concours de beauté historiques, à savoir ceux qui visent à la fabrication et à la spectacularisation des normes corporelles[1010]. On retrouve dans le champ de l'aviation ces concours dans les années d'après-guerre, sous la forme d'événements mondains, tel celui organisé annuellement à Madrid le 28 décembre dans les années 1950[1011]. Cette grande fête de l'aviation se ponctue par l'élection de la « reine de l'aviation ». Ce lien entre la beauté féminine et sa ritualisation collective est entretenu par les grandes compagnies aériennes, qui font ainsi la promotion de leur image de marque. Selon Vanessa D'Hooghe, ces concours prolongent ce que les compagnies veulent mettent en scène et proposent des « *dizaines d'idéaux nationaux de la femme* »[1012]. La semaine de l'aviation organisée à Munich en 1965 fait élire la meilleure hôtesse du monde, tant sur des caractéristiques physiques que sur sa capacité à reproduire une personnalité caractéristique du pays qu'elle représente. De son côté, Air France signe un partenariat avec Shochiku Motion Picture (une grande firme de cinéma japonaise) pour l'organisation du concours Miss Air France à Tokyo. La jeune Joko Nakasaki, 19 ans, remporte la finale du concours le 28 février

[1008] Solange Montagné-Villette, « La mode de la centralité à l'acentralité », *La mode des sixties*, Autrement, Mémoires/Histoire, 2007, pp. 15-25. Entre mai 1956 et mai 1957, le secteur Français vend 10 400 000 robes toutes faites (p.19)

[1009] *France Aviation,* n°92*, opus. cit*

[1010] Anne Montarjet et Federica Tamarozzi, « Pas de demi-mesures pour les Miss : la beauté en ses critères », dans *Ethnologies française,* PUF, 2005/3, n°35, pp. 425-443

[1011] *France Aviation*, n°3, février 1955.

[1012] Vanessa d'Hooge, p.73

1962 devant les 3500 candidates[1013]. Miss Air France Japon a lieu chaque année. Le concours est « *pris très au sérieux* »[1014]. Pour cause, l'élection d'une représentante de la féminité japonaise sur la scène nationale et internationale fait la promotion d'une identité culturelle et politique qui cherche à s'intégrer au bloc occidental[1015]. Au moins une étape du concours se fait en maillot de bain plutôt qu'en uniforme (voir illustration n°24). Les quelques 3500 candidates ne sont pas nécessairement hôtesses de l'air, mais elles doivent en incarner la féminité supposée.

Illustration n°26 : esthétique et aérien, photo de *France Aviation*, n°78, mai 1961

De son côté, la BOAC organise le « *Miss International Beauty* » à Hong Kong en 1962. C'est là aussi une fille à peine majeure de 19 ans, Judy Chang, qui remporte la finale délocalisée à Los Angeles. Elle travaille à l'agence d'Air France à Hong Kong[1016]. À travers ces deux exemples circule une vaste histoire de la construction des figures féminines asiatiques par l'Occident. Peut-être une étude détaillée de la circulation de ces égéries aussi jeunes servirait à comprendre la formation des mythologies blanches sur la femme asiatique. À jamais jeune fille, un tourisme sexuel aux pratiques héritées de l'époque coloniale vient se fixer sur elle[1017]. Lucie Azema parle même de « *porno tropiques* » en insistant sur l'inquiétante dimension que prend la

[1013] *France Aviation,* n°78, *opus. cit.*

[1014] *France Aviation,* n°91, juin 1962.

[1015] Camille Couvy, « Les concours de beauté, enjeux culturels, identitaires, politiques », dans *Sociétés et représentations,* Éditions de la Sorbonne, 2023/2, N°56, pp. 99-117

[1016] *France Aviation,* n°82, septembre 1961.

[1017] Chen Mei Hua, « Les désirs masculins et leurs contradictions : masculinités, style de vie et sexualité », dans *Travail, genre et sociétés,* 2003, n°10, pp. 107-128

prostitution asiatique, notamment en Thaïlande, que les récits de voyage et la littérature coloniale ont transformé en marché pédocriminel[1018]. Dans les années 1980, Charline raconte la difficulté qu'elle a eue à se soumettre à l'autorité légale d'un commandant de bord, qui ne cachait pas des discours et des pratiques explicitement pédophiles :

> « « *Une fille réglée est consommable* » (…). *Humainement c'était inaudible, mais pourtant, professionnellement, il fallait aller jusqu'au bout (...) Quand on dit qu'il y a des gens qui s'en vont en Thaïlande pour se taper des petites filles, et bien voilà ! C'est dégueulasse, mais c'est à la télé. Là j'avais un mec en face de moi, qui me parlait, je le voyais…* »[1019].

Les compagnies aériennes organisent par ailleurs des concours entre hôtesses de l'air, qui permettent de façonner les critères esthétiques des navigantes. L'élection annuelle de la « Jet Queen » réunit, dès 1962, les hôtesses de l'air des compagnies internationales. La photo de la lauréate circule dans la revue d'entreprise qui en dresse un portrait élogieux[1020]. La compétition de beauté féminine ravive un certain nationalisme, comme peut le faire le sport masculin, et *France Aviation* félicite chaque agente française, dont la beauté est institutionnellement reconnue : Claire Kaasik qui remporte Miss London Airport de 1966[1021], Mlle Doreau-Machelidon qui termine première ex-aequo lors de la deuxième édition du concours d'hôtesses organisée par la compagnie hongroise « Malev » en 1969[1022]. Le concours prestigieux « International Hostess Quess » qui se tient en Australie entre 1963 et 1969 ne s'arrête pas à l'esthétique des participantes, mais juge également leurs qualités professionnelles. Michèle Vallée d'Air France est ainsi récompensée par la troisième place en novembre 1969[1023]. En réalité, la compétition semble surtout intéresser des profils de filles qui ont déjà participé à des évènements similaires. D'après la Royal Historical Society of Queensland, la lauréate de « International Hostess Quess » de 1967 est une hôtesse de la QANTAS anciennement « *beauty queen* » locale. Perin Spencer, élue Miss Bombay en 1962 et

[1018] Lucie Azema, *Les femmes aussi sont du voyage, l'émancipation par le départ*, Points, Flammarion, 2021, p. 104.

[1019] Voir données d'entretien.

[1020] *France Aviation*, n°96, *opus. cit.*

[1021] *France Aviation*, n°144, *opus. cit.*

[1022] *France Aviation*, n°173, *opus. cit.*

[1023] *France Aviation*, n°182, janvier 1970.

1963, remporte la deuxième place en tant qu'hôtesse de l'air en 1963[1024]. Les connexions entre le champ des concours de beauté et le champ de l'aviation sont nombreuses et apparaissent systématiquement dans les pages de *France Aviation*, parfois de manière anecdotique, comme l'embarquement d'Adrienne Jalber, miss France-Amérique de 1962, qui choisit Air France pour son séjour à Paris[1025], ou encore lorsque la compagnie accueille les candidates Miss Monde le 2 novembre 1962[1026]. Les années 1960 voient s'organiser des échanges internationaux autour de la profession, ponctuées par ces défilés de mode. À l'issue de la rencontre entre professionnel·le·s d'une rencontre à Caracas, la « Reina de la Aerozona » est élue[1027]. Ces colloques internationaux n'intéressent la presse spécialisée que dans leur dimension concours de beauté, où les hôtesses défilent en uniforme, les enfermant ainsi dans leur seul rôle de femme.

Les compagnies aériennes investissent des images exacerbées et explicites de la féminité, dans l'idée sans cesse réactualisée de modernité – qui tarde, ici, à absorber les discours contre-hégémoniques, assumant par conséquent une image conservatrice de la beauté féminine. Pour preuve, l'homogénéité des corps victorieux se mesure au fameux 90-60-90 (tour de poitrine, tour de taille, tour de hanche) [1028]. Dans son histoire de la beauté, Georges Vigarello décrit une transformation des manifestations de la beauté féminine, depuis une imagerie conservatrice vers des structures de consommation caractéristiques de la modernisation capitaliste. La popularité de figures *a priori* désinhibées, comme Brigide Bardot – dont le mariage en 1959 rompt ostensiblement avec la haute couture[1029] –, témoigne de ce mouvement des normes traditionnelles vers une érotisation croissante et des personnalités féminines affirmées, que le langage d'époque renvoie à l'idée puissante de liberté[1030]. Les magazines de mode et les revues spécialisées pour la jeunesse préparent le terrain tout au long des années 1950. La fameuse « *lectrice d'Angoulême* » à laquelle s'adresse Hélène Lazareff, fondatrice du

[1024]D'après le site internet du RHSQ, https://queenslandhistory.org/2019/06/the-miss-international-air-hostess-quest/

[1025] *France Aviation*, n°96, *opus. cit.*

[1026] *France Aviation,* n°97, décembre 1962.

[1027] *France Aviation*, n°171, février 1969.

[1028] Anne Montarjet et Federica Tamarozzi, *opus. cit.* p.

[1029] Solange Montagné-Villette, *opus. cit.*

[1030] Georges Vigarello, *Histoire de la beauté. Le corps et l'art d'embellir de la renaissance à nos jours*, Le Seuil, 2003, p. 226

magazine *Elle,* incarne cette importation de la mode à la province, rompant ainsi avec « *le phare de la notabilité* » de la haute société, vieillissante, bourgeoise et conservatrice[1031].

Le développement du prêt-à-porter amène rapidement les compagnies à renouveler leur esthétique, notamment à la suite de la « bombe Courrèges » qui popularise la minijupe en 1965. Convoquant la respectabilité et l'élégance, Air France ne semble pas suivre le rajeunissement qu'amorcent la mode et la culture féminine occidentale[1032]. Elle est d'autant plus confrontée à la *Jet Sex* états-unienne[1033], où plusieurs géants aériens multiplient les coups d'éclats commerciaux. Dès 1965, Braniff vend son tapageur « Air Strip », imposant aux hôtesses de l'air de se dévêtir sur le temps du trajet. Une vidéo télévisée met en scène une hôtesse qui, au rythme d'une musique jazz, enlève des couches de vêtements. Une voix masculine, grave et chuchotante, indique qu'à chaque étape du vol (accueil, dîner, repos) l'hôtesse devrait être habillée de manière adéquate, à savoir le moins possible[1034]. Ces uniformes multicouches, dessinés par Pucci, composent avec des accessoires de mode révolutionnaires, comme les bottines en cuir et le tissu noué sur les cheveux[1035] (deux objets que Balenciaga finit par intégrer aux uniformes Air France en 1968). Plusieurs compagnies investissent dans de nouveaux vêtements afin de rattraper l'accélération prise par le secteur de la mode. Les hôtesses grecques d'Olympic Airways (compagnie nationale grecque rachetée par l'homme d'affaire Aristote Socrate Onassis en 1957) sont ainsi habillées par Coco Chanel à l'été 1966. Les nouveaux uniformes, somme toute classiques, sont surtout destinés à la ligne « non-stop » entre Athènes et New-York[1036]. La Sabena rénove sa garde-robe féminine au printemps 1967, pour la sixième fois depuis 1949[1037]. KLM s'adapte elle-aussi à « *l'heure des jets* » en choisissant des lignes classiques mais des jupes remontées[1038]. La British European Airways et United Airlines habillent leurs hôtesses avec une gamme « *dans le vent* » pour l'été 1968 (illustration n°25)[1039] :

[1031] Solange Montagné-Villette, *opus. cit.*

[1032] Nicole, Janin, « Mode et media : les années 1960 », *La mode des sixties*, Autrement, Mémoires/Histoire, 2007, pp. 103-109

[1033] Victoria Vantoch, *opus. cit.*

[1034] Le clip commercial en disponibilité sur la plateforme Youtube URL : https://www.youtube.com/watch?v=je-cE83HRE8

[1035] Kathleen M. Barry, *opus. cit.* p.182

[1036] *France Aviation*, n°140, juillet 1966.

[1037] *France Aviation*, n°150, mai 1967.

[1038] *France Aviation,* n°157, *opus. cit.*

[1039] *France Aviation*, n°163-164, juin/juillet 1968.

Illustration n°27 : lignes modernes (BEA pour la première photo, United Airlines pour la deuxième), photographies de *France Aviation*, n°163-164, juin/juillet 1968.

Le nouvel uniforme des hôtesses d'Air France, dessiné par l'espagnol Balenciaga en 1968, a bon accueil dans la presse. *France Aviation* salue le choix de critères esthétiques conventionnels mais modernes : « *le nouvel uniforme, à la fois fonctionnel et bien adapté à la mode, reste classique et dans la tradition française du goût* »[1040]. L'uniforme conserve des plis aéronautiques (comme des poches sur les manches, pourtant jugées inutiles) tout en soulignant une silhouette fluide, mobile et svelte[1041]. La campagne de presse nommée « *Air à la mode* » vise la promotion la plus large possible. La télévision allemande, l'ORTF, la Télévision Canadienne, NBC, Gaumont Actualité et plusieurs photographes se déplacent à Maine-Montparnasse pendant 5h pour prendre en photo des hôtesses qui, dans le dispositif imaginé, se prêtent au mannequinat (voir illustration n°26). Un studio est monté dans les locaux d'Air France comptant huit décors différents pour varier les prises de vue[1042]. Le journal de 20h offre plus d'une minute d'antenne pour présenter l'uniforme, effectif sur toutes les lignes à compter de juin 1969[1043] Le nouvel uniforme est présenté sur le plan international, notamment lors de congrès touristiques : Michèle Pomes et Catherine Bertin se mettent en scène devant 600 personnes au Mexique à l'occasion du programme « Tourisme 1969 » d'Air France[1044]. Il est clair que cet uniforme « couture » répond au besoin de la compagnie de rénover son image de marque. C'est d'ailleurs dans cet esprit que François de la Brosse, directeur des Transports, échange avec la maison Balenciaga. Ce dernier tient personnellement à analyser la réception de sa création et propose d'inaugurer un centre de « réception – magasinage - retouche – essayage » à Orly. Il pense même à créer un département Air France dans sa maison de couture[1045]. L'implication du grand couturier au-delà du travail de conception témoigne des liens forts qui unissent la Compagnie Nationale à l'industrie de la haute couture, qui fait endosser aux hôtesses de l'air le rôle du mannequinat. Ce souci de performance dans la beauté féminine doit s'envisager selon les scripts genrés en vigueur : les directions commerciales n'envisagent pas la mode féminine sans qu'elle renforce l'hégémonie masculine. Ces scripts ont toutefois amorcé une transformation en accordant plus d'espace médiatique aux demandes féministes, notamment dans la présentation de ces uniformes. Par exemple, *Air France Madame*, un bulletin d'information destiné aux clientes, salut la praticité des nouveaux

[1040] *France Aviation* n°169, décembre 1968.

[1041] Florence Müller, *opus. cit.* p.63

[1042] *France Aviation* n°170, janvier 1969.

[1043] JT de 20H, ORTF, 9 décembre 1958. URL :
https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/video/caf97039681/presentation-des-nouveaux-uniformes-et-air-france

[1044] *France Aviation* n°173, avril 1969.

[1045] Florence Müller, *opus. cit.*

uniformes et le travail de terrain du couturier. La rédaction souligne l'effort d'avoir dépêché « un commando » d'hôtesses pour que la maison de couture adapte les uniformes aux différentes morphologies[1046]. Même son de cloche dans un court article de présentation des nouveaux uniformes de Swiss Air en 1970, qui « *s'adapte davantage à la diversité des visages et des silhouettes des sept cents hôtesses de l'air de la compagnie suisse* »[1047]. Ce glissement de l'hôtesse égérique vers des hôtesses réelles indique que le dispositif discursif s'est adapté aux contestations dont il faisait l'objet dans le mouvement de 1968. Ce n'est là qu'une façade ; en 1970, les hôtesses sont encore soumises à des critères esthétiques pour être sélectionnées. Le rapport taille poids doit se tenir dans les « *limites suivantes : 1,60 m (minimum) pour 48 à 56 kg ; 1,72 m (maximum) pour 56 à 64 kg* »[1048].

[1046] *Air France Madame*, n°27, 1969.

[1047] *France Aviation*, n°190, septembre 1970.

[1048] *France aviation,* n°191, octobre 1970.

Illustration n°28 : mannequinat aérien, captures d'écran personnelles du *Journal de 20H* diffusé par l'ORTF le 9 décembre 1968.

3.3.3. L'hétérosexualité, un vecteur sous-estimé de la modernisation

Le président général crée le 28 septembre 1967 un groupe consacré à la notoriété de la compagnie. Les directeurs de différentes sections se retrouvent pour définir ce qu'est l'image de marque d'Air France. L'objectif est de proposer un plan de communication sur plusieurs années, tant à l'intérieur de l'entreprise qu'à l'extérieur. Il définit des actions concrètes de fidélisation, telles que la distribution de cartes d'honneur aux groupes qui favorisent le plus Air France, comme les agences de voyage[1049]. La commission définit l'image de marque d'une société comme « *l'idée que s'en fait le public, par tout ce qu'il perçoit ou apprend de cette société, directement ou indirectement, par l'expérience qu'il peut avoir par l'utilisation de ses services ou de ses produits* »[1050]. En étudiant le profil de la clientèle et les perspectives de son évolution, la commission insiste sur l'importance que prend la clientèle étrangère : elle fournit 65% des recettes de billetterie (dont la moitié se répartit entre les États-Unis, la Grande-Bretagne l'Allemagne et le Japon) et représente autour de 50% du trafic global. Malgré son immense renommée mondiale, Air France ne bénéficie pourtant pas d'une identité particulière, nécessaire pour se démarquer dans un marché aussi concurrentiel. Le constat est sans appel, il faut qu'Air France performe ce que la France a d'attractif. En organisant les besoins structurels de sa clientèle, la commission évoque deux besoins primordiaux: les « *besoins psychologiques (sentiment et puissance, considération, évasion…) et les besoins socio-psychologiques (statut social, participation au monde moderne)* ». Offrir un sentiment de pouvoir (à travers des services spécifiques, des offres préférentielles ou des moyens logistiques différenciés) est une composante de la stratégie commerciale de la compagnie. S'insère dans cet ensemble l'usage de la féminité : la mise à disposition affective et corporelle des femmes dans l'industrie de service permet de signifier la puissance masculine[1051].

Ce sentiment de puissance doit être situé historiquement, car il s'élabore à partir des éléments matériels qui en déterminent les critères d'expression. Après un travail de compilation des données recueillies sur le terrain par questionnaire, Air France annonce quatre grands axes de travail vers lesquels doit tendre son image de marque :

[1049] *France Aviation*, n°150, *opus. cit.*

[1050] « Campagne notoriété et image de marque », 1968, Archives de la direction commerciale. Musée Air France.

[1051] Gabrielle Schütz, *open. cit.*

- Une compagnie moderne (dynamique, fonctionnelle, confortable, esthétique, logique, rationnelle, réaliste témoignant d'une attitude ouverte au changement).
- Une compagnie soucieuse du bien être de la clientèle (prévenante, aimable, confortable, rassurante). « *Cette notion renforce un certain aspect du modernisme (fonctionnel et bien organisé) et le complète (qui n'est pas aimable ou efficace est routinier et bureaucratique, donc ni moderne ni dynamique)* »[1052].
- Une compagnie internationale (importante dans la concurrence) et cosmopolite (traiter les passager·ère·s selon leur nationalité).
- Une compagnie d'expérience (sécurité, technicité, ancienneté et antériorité). Il s'agit de faire référence au passé sans tomber dans l'archaïsme.

La direction doit réinventer ses campagnes commerciales et publicitaires, de façon à se détacher progressivement de l'image aristocratique qu'elle a surinvestie au début des années 1960 (notamment à travers le service première classe sur les « châteaux Boeing »). La nouvelle action commerciale porte sur trois niveaux : le renouveau esthétique (à travers l'uniforme Balenciaga), l'harmonisation du service à bord et, surtout, l'action interne d'encadrement du personnel. Aux yeux de la compagnie, la féminité des hôtesses est la plus capable de signifier cette modernisation. La féminisation de l'image de marque d'Air France a pour objectif immédiat la rénovation de son image de marque.

3.3.3.1. L'usage de la féminité comme symbole du pouvoir

L'illustration de la réussite et de la puissance n'emprunte pas le chemin de la technicité des années 1950, mais davantage celui du confort, de la facilité, de la légèreté, un ensemble de qualités que des corps d'hôtesses peuvent facilement performer, d'autant plus que c'est un champ commercial surexploité par d'autres secteurs productifs. L'industrie des produits ménagers, par exemple, est significative. Elle construit un marché de consommation de masse pensé au féminin[1053] : Moulinex a largement contribué à l'effort de « faciliter » la modernité, en travaillant son aspect pratique, essentiel, quotidien et esthétique[1054].

[1052] « Campagne notoriété et image de marque », *opus. cit.*

[1053] Chessel, Marie-Emmanuelle. « V. Le genre de la consommation », Marie-Emmanuelle Chessel éd., Histoire de la consommation. La Découverte, 2012, pp. 69-82.

[1054] Jackie Clarke, "Work, Consumption and Subjectivity in Postwar France: Moulinex and the Meanings of Domestic Appliances 1950s-70s", in *Journal of Contemporary History*, vol 47, n°4, 2012, pp. 838-859

Dans un reportage sur Orly, le photographe de *France Aviation* décide d'immortaliser les hôtesses d'accueil du Welcome Service en mouvement, dans leur uniforme bleu ciel de 1966, valise à la main[1055]. Cette série de clichés est censée mettre en scène la fièvre matinale qui existe dans les grands aéroports, annonçant les renforts de manutentionnaires et de bagagistes, de passagers d'affaire pressés, de touristes enthousiastes. Mais le photographe « *n'a photographié que les demoiselles en bleu* ». La ligne éditoriale assume n'avoir mis en scène que des corps féminins dans cet océan d'hommes. Si le tropisme sexiste « *les femmes passent en premier* » sert d'excuse, nous y voyons davantage un signe du déplacement des signifiants de la modernité. Voir le traditionnel homme d'affaire grisonnant, le nez dans un journal, attendant avec sagacité son vol pour Londres, ne signifie plus ce que l'hégémonie occidentale a construit : un monde plus joyeux, libéré des entraves de la reconstruction, rajeuni, dont le dynamisme et le progressisme se mesure à la féminisation du marché du travail.

Dans le Paris de la Belle Epoque, certains entrepreneurs utilisent « *la cause des femmes* » pour promouvoir leur activité. L'affichiste Raoul Gabert embauche quatre afficheuses qui offrent, selon ses mots, « *une réclame particulièrement bon marché* ». Des patrons de compagnies de fiacres qui utilisent des chauffeuses dans une perspective promotionnelle. Juliette Rennes prouve que ces images exercent un pouvoir de fascination inédit, alors qu'elles ne représentent qu'une partielle infime du marché du travail. En étudiant la circulation de cartes postales, elle prouve que l'intérêt de montrer la femme au travail est de moderniser l'image de l'entreprise et, à plus forte ampleur, de la ville et du pays. Entre 900 000 et 1,5 millions de cartes postales sont éditées en 1907. Circulent alors massivement des photographies des premières cochères, des chauffeuses de taxi ou des afficheuses, alors qu'on ne décompte que 40 femmes pour 20 000 hommes dans ces métiers. Elles apparaissent comme des « *nouveautés parisiennes* » ou des « *innovations* » dans la presse d'époque. Les premières aviatrices et automobilistes incarnent même, selon Juliette Rennes, « *une forme de compétition pour la modernité entre nations* »[1056]. La modernisation d'une technique, d'un geste ou d'un espace urbain passerait souvent par sa féminisation, signe ultime de son optimisation, de sa facilité d'accès et de sa capacité innovatrice. Cela ne prouve en aucun cas la bonne réception des idées féministes par les masses, comme le relève Juliette Rennes dans son article : la féminité des

[1055] *France Aviation*, n°154, septembre 1967.

[1056] Juliette Rennes, « Femme en métier d'hommes. Récit de la modernité et usages marchands du féminisme dans le Paris de 1900 », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 2019, n°66, pp. 63-95

travailleuses est scrutée et prédatée par les collègues, dévaluée par les employeurs, conspuée par les passant·e·s.

Au printemps 1964, *Air France revue,* à la disposition de la clientèle sur chaque vol, publie un dossier intitulé « *Le temps des femmes* », entièrement rédigé par des hommes. L'éditorial affirme avec ferveur la place de la femme dans la nouvelle modernité : puisque le rôle originel de l'homme est d'assurer la survie de son espèce, que ce rôle devient de moins en moins utile grâce à la modernisation des systèmes productifs, la femme occupe un espace de plus en plus grand[1057]. Un autre article affirme même « *que c'est par le travail que la femme a, en grande partie, franchi la distance qui la séparait du mâle* »[1058]. Les auteurs annoncent que la liberté féminine se prouve par des chiffres et des études du CNRS (sans jamais les sourcer) : il existerait en France 3 500 000 cheffes d'entreprises pour 4 200 000 homologues masculins, soit presque une équité. Pourtant, une étude du centre d'étude de l'emploi de 1982 annonce que sur la décennie 1960, le taux d'activité féminine est le plus bas du siècle : 52,1% en 1921, 46,5% en 1946, 38% en 1959, 36,8% en 1962, 36,1% en 1968[1059]. Particulièrement présentes dans la presse aéronautique, ces images des femmes au travail tentent de réaliser l'intégration de la femme au dispositif moderne, non pas en considérant la réalité de l'emploi féminin (bien souvent précarisé dans les usines ou invisibilisé sous sa forme émotionnelle), mais bien en suggérant que les femmes modernes adhèrent à l'économie morale capitaliste. De manière plus générale, les femmes représentent un marché en pleine expansion, du fait d'adorer « *de tous les temps* » le shopping. Une photo protagonisant une femme dans un océan de voitures illustre bien comment la modernité marchande protagonise la féminité (voir illustration n°27). En plus d'être un support commercial pour d'autres produits (dont beaucoup de parfums ou de liqueurs), *Air France revue* vient fixer l'imaginaire commercial de la compagnie nationale. Ce dossier s'occupe plus pragmatiquement d'établir la connexion entre le voyage en avion, les identités de genre qui y sont associées et l'environnement dans lequel elles se déploient.

[1057] *Air France revue*, n°34, printemps 1964, p.3

[1058] *Ibid.* p. 12

[1059] Centre de l'étude de l'emploi, dossier de recherche n°6, octobre 1982. On ne saurait réduire l'évolution de l'emploi féminin en France à quelques phrases d'explication et quelques statistiques, notamment parce qu'il est assujetti aux conditions légales du congé maternité, à la classe sociale, au statut migratoire, etc. L'embauche massive de salariées dans le secteur publique et la numérisation des espaces de travail à partir des années 1970 dynamise fortement l'embauche féminine.

Illustration n°29 : féminité, consommation, modernité, *Air France revue*, n°34, printemps 1964, p. 45

Dans la tradition aéronautique, ce sont toujours les hôtesses qui accompagnent le baptême des nouveaux appareils, signe du génie technologique moderne, et en font la promotion commerciale. C'est par exemple une hôtesse qui fait la publicité du Boeing 727 destiné aux moyen-courriers, sorti d'usine le 5 février 1963, dont la promotion est assurée dans *France Aviation* par une navigante soutenant une miniature du modèle (voir illustration n°28)[1060]. Le supersonique Concorde mobilise également beaucoup d'attention, alors qu'il n'est pas encore sorti d'usine. Quinze hôtesses de différentes compagnies posent devant la maquette de l'appareil au salon du Bourget de 1967[1061]. La TWA, qui possède 4 options sur l'appareil

[1060] *France Aviation,* n°102, *opus. cit.*
[1061] *France Aviation* n°156, novembre 1967.

depuis 1963, utilise également le corps de ses hôtesses comme symbole de la modernité : c'est le visage féminin soigneusement maquillé qui vient signifier ce que le supersonique, en arrière-plan, est censé incarner (voir illustration n°29)[1062].

Illustration n°30 : technicité et féminité, le rôle commercial de l'hôtesse, photo parue dans *France Aviation,* n°102, mai 1963

[1062] *France Aviation,* n°176, juin 1969.

Illustration n°31 : maquillage Concorde la TWA, photo parue dans *France Aviation*, n°176, juin 1969

Pour célébrer le premier du Boeing 747 en septembre 1968, la firme états-unienne organise un grand événement promotionnel à l'occasion du baptême. Le constructeur états-unien invite 27 hôtesses de l'air de différentes compagnies aériennes. Jacqueline Pageot est la candidate choisie par Air France. Après 5 ans de service et plus de 3000 heures de vol sur la ligne Amérique du Nord, elle est présentée comme une candidate idéale[1063]. Le baptême de l'avion est minutieusement préparé. Les 26 hôtesses internationales présentes doivent apprendre une chorégraphie supervisée par le vice-président de Boeing, Mr. Stemper : « *à un on saisit la bouteille attachée à la rampe, à deux on prend l'élan en la balançant par-dessus l'épaule, à trois, enfin, on la casse contre la rambarde* » *de manière à recouvrir l'avion de*

[1063] *France Aviation*, n°168, novembre 1968.

mousse »[1064]. Le faste mondain accompagne l'exercice théâtral. Des centaines de bouteilles sont brisées durant l'entraînement. Les marraines du 747 doivent assister aux réceptions, qui mélangent personnalités politiques et industrielles. Au final, la représentation est un échec faute de synchronisation entre les hôtesses et les techniciens, mais répond toutefois positivement au principal critère de la cérémonie, à savoir juxtaposer le monde de la mode à celui de l'innovation aéronautique, le divertissement à la technicité, la féminité à la modernité. Les hôtesses sont ensuite « *livrées aux fauves de la presse* », qui demandent aux hôtesses de prendre des photos « *sur l'aile, à l'intérieur du réacteur, assise, debout, de face, de profil, souriante, étonnée, admirative* », selon les codes en vigueur dans le mannequinat. Ces images d'hôtesses qui posent allongées dans un réacteur d'aéronef sont typiques de la *Jet Sex*. Avec la propulsion à réaction, l'hôtesse abandonne l'idéal de la joyeuse ménagère pour incarner rapidement le rôle de femme glamour, assise dans les réacteurs du jet[1065]. Ce mouvement traduit un déplacement des représentations associées aux romances de l'hôtesse. La jeune fille angélique qu'incarnait Romy Schneider en 1959 se transforme en amante fougueuse et décidée, qui précipite les hommes modernes vers l'aventure amoureuse.

3.3.3.2. L'accélération des rapports affectifs

Marc Camoletti profite de la popularité du Boeing 707 pour écrire un vaudeville le 10 décembre 1960 sur le thème des amours aériens[1066]. *Boeing Boeing* est une pièce qui connaît un tel succès qu'elle est adaptée dans un film éponyme en 1965. Le film est diffusé en France en 1966, avec Tony Curtis qui joue le rôle de l'homme séducteur[1067]. L'histoire se focalise sur un correspondant de presse à Paris, qui entretient trois relations avec différentes hôtesses de l'air internationales. En suivant la mécanique compliquée de leurs plannings respectifs, Bernard Lawrence s'arrange pour que ses amantes ne puissent jamais se croiser. Or, la mise en ligne d'un nouveau modèle de Boeing accélère les déplacements des hôtesses. Fatalement, elles se retrouvent toutes les trois dans le même appartement. La situation explosive d'un huis-clos, où le protagoniste peine à conserver le mensonge, traduit finalement quelque chose de bien plus significatif : l'accélération des rapports affectifs, qu'on comprend comme la précipitation de leur devenir, semble découler nécessairement de l'accélération des déplacements induits par

[1064] D'après les propos de Jacqueline Pajot recueillis par Alexis de Belinko dans l'article « Roll-Out du B747 », *opus. cit.*

[1065] Victoria Vantoch, p.3

[1066] Marc Camoletti, *Boeing Boeing*, Editions théâtrales, Paris, 1995.

[1067] John Rich, *Boein Boeing,* Paramount Pictures, 22 décembre 1965 (Etats-Unis), 102 min.

l'avion. Dans un article dédié aux transports aérien en Afrique, R. Lefevre indique sans concession que « *l'avion constitue bien le plus puissant facteur de transformation rapide de l'existence des individus et des collectivité* »[1068].

L'accélération des devenirs affectifs est un sous-produit du register moderne, qu'on observe également dans l'automobile dans les années 1950. Dans *Bonjour tristesse* de Françoise Sagan, la complexité des relations entre les trois femmes protagonistes se solde par l'accident de voiture d'Anne, qui accable la jeune narratrice et la ronge de culpabilité. Le roman renvoie systématiquement à la juxtaposition entre le système émotionnel et le système matériel. Les vacances balnéaires, les casinos, l'omniprésence de l'automobile, tout cela semble fluidifier les transferts de relations amoureuses, comme si la mobilité croissante des corps impose une plasticité relationnelle. Dans sa chanson *La complainte du progrès*, Boris Vian décrit pragmatiquement le glissement d'une éthique de l'amour vers une éthique de la consommation :

> « *Autrefois pour faire sa cour / On parlait d'amour / Pour mieux prouver son ardeur / On offrait son cœur / Maintenant, c'est plus pareil / Ça change, ça change / Pour séduire le cher ange / On lui glisse à l'oreille / Ah, Gudule / Viens m'embrasser / Et je te donnerai / Un frigidaire / Un joli scooter / Un atomixer / Et du Dunlopillo / Une cuisinière / Avec un four en verre / Des tas de couverts / Et des pelles à gâteaux* »[1069].

L'écrivain consacre d'ailleurs le rôle de l'avion dans l'artificialisation du bonheur à travers la rime « *Un avion pour deux / Et nous serons heureux* ».

Pour médiatiser le premier vol commercial de la Caravelle sur un Paris-Venise-Paris, la compagnie offre le voyage et un séjour à un couple se mariant ce jour-là. Or, « *n'importe quel couple ne ferait pas l'affaire* ». Il est souhaitable qu'un certain script de genre soit respecté et que le couple lauréat soit « *photogénique, avenant, astucieux pour répondre aux questions des journalistes* » [1070]. La direction commerciale demande au couple de s'embrasser pendant toute la durée du voyage, liant définitivement un amour exalté à la puissance moderne et évocatrice du

[1068] *France Aviation*, n°76, mars 1961.

[1069] Boris Vian – 1956. La complainte du progrès. Sur Chansons impossibles. Philips.

[1070] Solange Catry, *opus. cit.*

jet. En été 1961, à l'occasion du salon aéronautique du Bourget, Air France mène une campagne commerciale autour des nouveaux avions : les 100 premières personnes à visiter la maquette du Boeing reçoivent un cadeau inattendu, celui d'un vol à bord de l'appareil au dessus de la Normandie. Un jeune couple hétérosexuel se rencontre à l'occasion de cet événement et décide de se marier très rapidement. Il écrit à la direction d'Air France, qui relaie l'information à son personnel par la voie de communiqué, sous le titre évocateur « *les mariés de Boeing partiront en voyage de noce par Caravelle* »[1071], liant définitivement leur jeune et prometteur amour aux promesses des avions à réaction.

Sur une note bien plus dramatique, le film *La peau douce* de François Truffaut s'intéresse également à l'accélération des trajectoires amoureuses après leur rencontre avec la modernité technicienne. Pierre, marié à Franca et père de famille, décide d'entretenir une liaison avec Nicole, hôtesse de l'air[1072]. Le personnage masculin, joué par Jean Desailly, est décrit comme captif d'un milieu bourgeois et conventionnel, prisonnier de ses affections et de son mariage. Il est bousculé par sa rencontre avec une hôtesse à la descente de l'avion, incarnée par Françoise Dorléac, une actrice de 21 ans. Plus jeune, enjouée et spontanée, elle semble contenir les promesses d'une vie heureuse tissée de voyages, de rencontres, d'amour rénové et passionnel. Capable d'assumer l'adultère parce qu'il voyage beaucoup pour son travail, il noue des liens plus forts avec son amante. Il envisage de s'installer à Paris avec Nicole, en faisant construire un appartement, dont la caméra saisit le vide et l'immobilité dans un contraste saisissant avec le monde grouillant des aéroports. L'hôtesse de l'air se sent humiliée et enfermée dans une voie sans issue. Elle préfère rompre. Franca, l'épouse de Pierre qui se doutait d'une relation, finit par tuer son mari. L'actrice Nelly Benedetti performe ce rôle de l'épouse jalouse et « hystérique », dont les excès de rage positionnent le mari comme la victime de la relation. Le script de genre mis en scène semble confirmer une des règles canoniques de la masculinité hégémonique : le droit des hommes à l'éternelle liberté affective et au plaisir sexuel associé à la jeunesse. Si l'avion n'est qu'un décor, il occupe en réalité une place centrale. C'est bien la mobilité des corps qui est à l'origine de cette ouverture dans la vie fermée d'un homme, dont la vie parentale et maritale limite ses désirs. L'aéroport, Lisbonne, l'hôtesse de l'air deviennent ces espaces où s'étendent le privilège masculin de la liberté et du renouveau – dans la continuité de la pornotopie qu'on observait dans Playboy dans le chapitre 2. François

[1071] *Air France communiqué*, n°313, 26 juin 1961.

[1072] François Truffaut, *La peau douce*, 1964.

Truffaut insiste cependant sur les dangers d'une telle mobilité, en appuyant de manière dramatique sur les multiples échecs amoureux et l'impossibilité affective de l'adultère.

La presse aéronautique intègre les relations hétérosexuelles, plus stables et conventionnelles, au discours sur l'accélération de l'histoire. L'écrivain J-G. Marchais écrit un texte en 1966, publié à la fois dans *Air France revue* et dans *France Aviation*, dans lequel il assure que l'épouse fidèle bénéficie tout autant des promesses de la modernité que l'époux libéré. Depuis la Grèce Antique, le destin de l'humanité est entrainé par l'incroyable « *élan centrifuge* » de la Terre qui tourne. Cette « *fringale de mouvement* » inspire chaque époque et chaque innovation technologique, qu'Ulysse, en tant que figure mythique, incarne comme origine. La nature de l'homme se trouve dans le mouvement, la technique n'est qu'un outil de sa réalisation. Les hommes sont condamnés à rêver de voyages et de grands espaces. On retrouve dans les récits de voyage la centralité de certaines thématiques masculines, comme l'autonomie émotionnelle, la virilité, la conquête des espaces et des corps féminins, ou encore la solidarité entre hommes[1073]. Par l'importance que prennent ces récits dans l'identité occidentale, le voyage devient un lieu de la fabrique de la masculinité hégémonique, exclusive par définition. S'il est impossible pour beaucoup de prendre l'avion, quintessence du voyage moderne, les gens peuvent en trouver des substituts dans la télé ou la littérature. Lucie Azema, en référence au mythe d'Ulysse, écrit que « *les femmes seraient condamnées à voyager par procuration* »[1074]. C'est d'ailleurs ce que J-G. Marchais écrit sur Pénélope – et sur toutes les femmes au final – dont « *il faut se méfier de la sédentarité toute apparente* » :

> *« Pénélope semble immobile, mais ses déplacements, pour n'être pas visibles, n'en sont pas moins aussi intenses que ceux de son remuant époux. Sans même évoquer son incessant labeur de tapisserie (...), dites-vous bien que Pénélope était du voyage : mais celui-ci se passait à l'intérieur* »[1075].

[1073] Lucie Azema, *opus. cit.*

[1074] *Ibid.* p. 62

[1075] *France Aviation*, n°143, octobre 1966.

Illustration n°32 : le voyage intérieur de Pénélope, illustration de l'article de J-G Marchais, « Et pourtant ils tournent », *France Aviation*, n°143, octobre 1966

Ce texte, associé à l'image, illustre parfaitement en quoi la modernité technicienne relève d'un dispositif idéologique bourgeois, dont la vocation universaliste est réactualisée jusqu'au non-sens ; même ceux qui ne se déplacent pas se déplaceraient, même celles astreintes à la domesticité voyageraient (voir illustration n°30). Capable de bouger au rythme de son époque, l'homme moderne irradie les sédentaires, à savoir les hommes moins capables, les enfants et les femmes. Il ramène des jeux pour son fils ou des souvenirs de villes étrangères. Il performe « le bonheur d'être enfin revenu à la maison après un voyage éreintant ». La femme de « l'homme-qui-réussit » peut, quant à elle, exhiber socialement le prestige d'un mari qui dort chaque mois dans un pays différent. Elle peut se targuer d'être une bonne épouse, qui sait

gérer la vie domestique et la vie relationnelle que la distance éprouve. Elle bénéficie même d'un voyage dépaysant pendant les vacances. C'est d'ailleurs le genre de performance à laquelle est soumise la jeune Priscilla Ann Wagner, lorsqu'elle s'installe chez Elvis Presley en 1963 dans le Tennessee, avant de devenir sa femme en 1966. Dans son autobiographie, elle insiste sur le caractère paradoxal de cette relation, dont elle tire des bénéfices matériels et sociaux extravagants, tout en souffrant de l'isolement, de la violence et de l'abandon que provoque le schéma amoureux hégémonique[1076]. Ce schéma prend la forme d'un homme qui peut se vanter de réussir, en tant que mari et en tant que père – en ayant fait noter par sa secrétaire des dates d'anniversaire dans son agenda surchargé –, tout en réussissant en tant qu'homme, notamment lorsqu'il partage ses commentaires sur le corps de l'hôtesse de l'air avec ses collègues, à laquelle il fait peut-être même un sourire pour obtenir un rire ingénu, comme Walter, ce personnage fictif de Playboy, qui arrive à faire « *glousser un groupe d'hôtesses* » qui s'occupent de lui dans la plus « *charmante des dispositions* »[1077].

Air France cherche à intégrer son personnel navigant aux bénéfices de cette vie affective fantasmée, malgré le fait qu'il en connaisse les répercussions réelles (fatigue, difficultés relationnelles, répétition du cadre de travail, etc.). Dans son entretien pour *France Aviation*, le chef de cabine André Picou est présenté comme un homme de famille, vivant dans une banlieue pavillonnaire à Soisy avec sa femme, ses deux filles et son chien Kiki. Il fume tranquillement sa pipe en admirant « *son cèdre* » à l'occasion de l'entretien. Du fait de sa grande connaissance du Japon, il est affecté sur la ligne Paris-Tokyo, où il affectionne particulièrement l'escale de 48h à Téhéran, ville dans laquelle il poursuit sa passion de cinéaste amateur. C'est sa femme qui prépare ses valises en fonction du temps qu'il fait en Iran et au Japon. Elle s'adonne également « *aux plaisirs du ménage* » quand son mari part. André fait tout pour écourter l'attente de sa famille et rentre le plus rapidement possible après avoir atterri à Orly. Il ramène souvent des souvenirs et il engage sa famille dans le montage des films rapportés de l'étranger[1078]. Censé représenter « *l'envers du décor de ce petit monde original et sympathique qu'est le PNC* », l'article dresse le portrait d'une famille parfaite, prouvant que les mœurs traditionnelles s'accommodent parfaitement d'une vie moderne. D'un côté, il souligne le rôle affectif central du père (dont les filles attendent *« avec impatience le retour »* et qui lui

[1076] Priscillia Beaulieu Presley, *Elvis and Me : The True Story of The Love Between Priscilla Presley and The King of The Rock and Roll*, Berkley, 1986, 320 p. Adapté au cinéma par Sofia Coppola dans le film *Priscilla* sorti en 2023.

[1077] *Playboy,* avril 1961, les traductions depuis l'anglais sont personnelles.

[1078] *France Aviation*, n°89, *opus. cit.*

volent le scotch 9 fois sur 10 « *comme dans chaque famille* ») et insiste particulièrement sur l'assignation de l'épouse au travail domestique et émotionnel (c'est elle qui se réveille en sursaut en pensant au retard de son mari, qui l'habille, qui s'occupe des devoirs, des courses, etc.). De l'autre côté, l'article présente les incroyables cadeaux que ramène André chez lui, des « *bibelots japonais* » jusqu'à l'ourson persan, que sa grande fille soigne pendant 48h. Le texte rappelle que sa famille profite des avantages de l'entreprise, puisqu'elle a pu voyager au Japon. C'est également le cas de Jacques, dont les archives personnelles font état d'un voyage à Tokyo, en 1962, gratuit pour son épouse, au tarif réduit pour son enfant[1079]. Dans un sens, ces dispositions familiales fonctionnent comme une justification : le métier de navigant, même dans sa dimension la moins valorisée (celle du steward), reste le premier métier à bénéficier des avantages masculins de la modernité technicienne, tout en s'éloignant des propositions érotiques en circulation.

Air France joue un rôle paradoxal vis-à-vis de ces représentations. Elle s'en tient officiellement à l'écart tout en les alimentant, notamment à travers des actions commerciales sur le plan international. Par exemple, devant le succès de la pièce *Boeing Boeing* faisant la promotion des vols long-courrier, Air France organise un événement « *avec grande presse* », dans lequel Solange Catry, alors cheffe hôtesse, offre un diplôme Air France à l'actrice Mercy Haystead qui incarne un des personnages[1080]. Une certaine forme de corporatisme masculin contribue à la sexualisation des hôtesses. Dans un dessin caricatural de 1956, le steward Jacques Massé imagine les bouleversements genrés que provoque le Boeing 707[1081]. L'hôtesse affectée au futur appareil change radicalement d'uniforme, dans un style qui évoque les *Flying Sex Machines* de Playboy. Cette hôtesse « crâne » et déconsidère ses collègues rattachés aux appareils plus anciens, dont les uniformes ringards n'attisent plus les regards des hommes (voir illustration n°31). En février 1971, il publie une nouvelle planche, cette fois-ci concernant le Concorde, dans laquelle deux passagères interpellent l'hôtesse en disant : « *voulez-vous demander au commandant de ne pas passer le mur de son tout de suite, nous avons encore beaucoup de choses à nous dire* »[1082]. Cette mise en abyme de la modernité de l'appareil s'accompagne encore une fois d'une hôtesse, dont la taille de guêpe est soulignée par le contraste avec les deux passagères, beaucoup plus grosses. La modernité du Concorde est à la

[1079] Archives personnelles de Jacques.

[1080] *France Aviation*, n°114, *opus. cit.*

[1081] *France Aviation*, n°16, mars 1958.

[1082] *France Aviation,* n°195, février 1971.

fois soutenue par la nouveauté supersonique et par l'esthétique renouvelée de la féminité (voir illustration n°32).

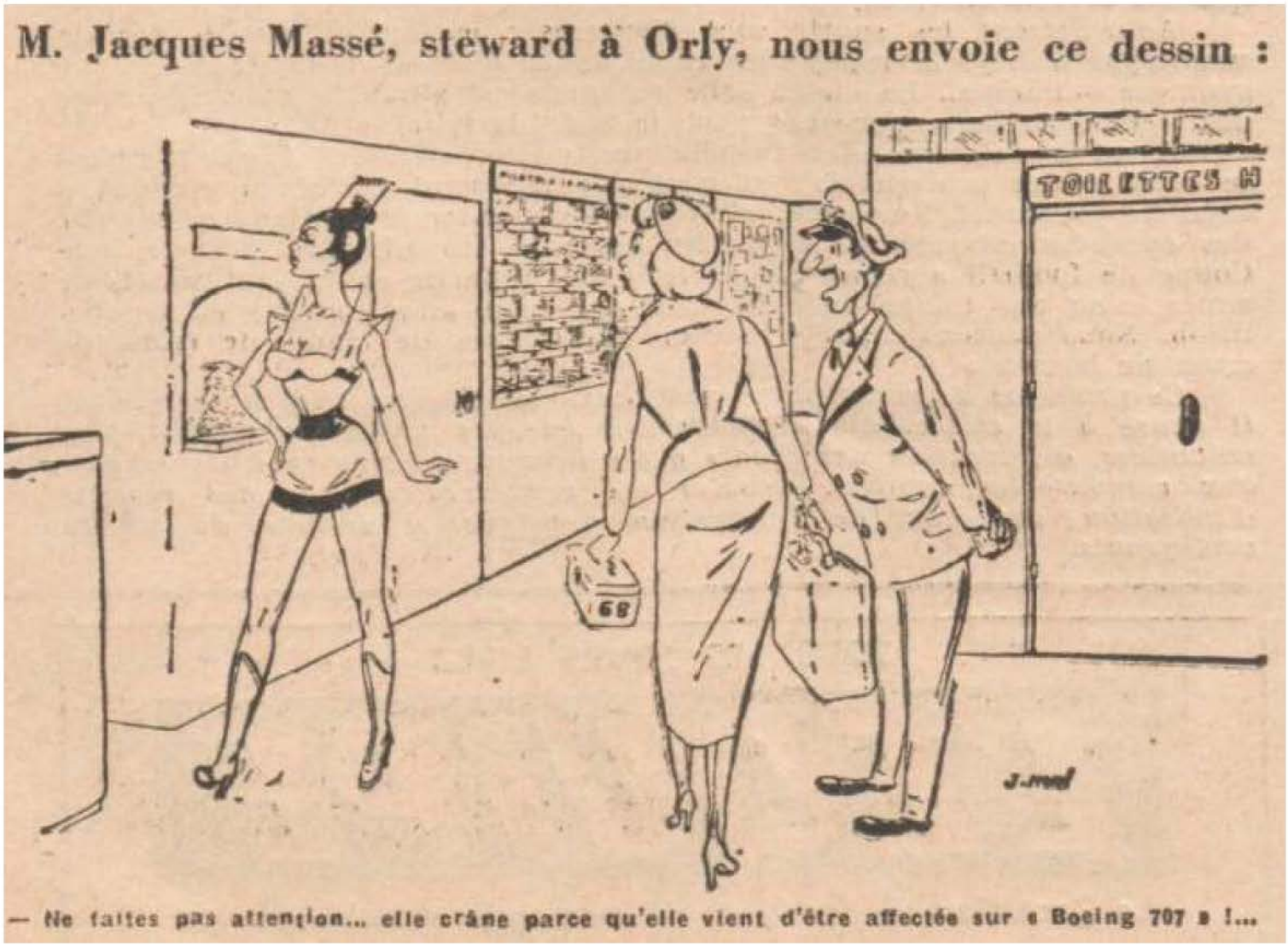


Illustration n°33: le 707 et ses représentations sexuelles, dessin publié dans *France Aviation*, n°16, mars 1956

Illustration n°34 : le Concorde et la féminité accentuée, dessin publié dans *France Aviation* n°195, février 1971[1083].

3.3.3.3. La sexualisation des imaginaires

On observe un imaginaire érotique se déployer de manière explicite dans les années 1960, à mesure que le vol à réaction s'impose à l'aviation civile. L'esthétique de la *Jet Sex,* d'inspiration états-unienne, irrigue progressivement l'ensemble du monde occidental. Le magazine Playboy, très avant-gardiste dans ce qu'il propose, est à ce titre un matériel de première main. Edité pour la première fois en 1953 aux États-Unis, il ne connaît un succès français qu'au tournant des années 1970, profitant de la marchandisation de la sexualité qui se juxtapose au mouvement pour la libération sexuelle[1084]. Le journal *Le Monde* mentionne son existence à plusieurs occurrences au cours des années 1960. Il annonce également sa circulation sur le sol français en juin 1971, citant les journaux étrangers qui souffre du programme de taxation mis en place par le gouvernement Marcellin – cherchant à lutter contre la diffusion

[1083] Le dessin a été numérisé sur plusieurs pages, d'où la coupure au milieu de l'image. La bulle de dialogue est coupée.

[1084] Sylvie Chaperon dans Sylvie Chaperon, Catherine Deschamps, Emmanuelle Retaillaud, Christelle Taraud, *Histoire des sexualités en France,* Armand Colin, 2024, p.357

d'une industrie porno-érotique en plein essor[1085]. La revue française est éditée à partir de 1973. Sur la séquence traitée ici, le public masculin français n'a que très peu connaissance de la revue. Déjà célèbre sur le territoire états-unien, elle influence toutefois l'élaboration d'un projet de genre occidental à l'intersection entre sexualité, mode de consommation et *life style* masculin.

Pour la première fois en juin 1960, Air France publie dans la revue Playboy une publicité sous la forme d'un bandeau qui annonce « *Fly Air France Jet non stop to Paris* », insistant sur la nouvelle propulsion à réaction caractérisant la vitesse et le progrès[1086]. C'est également sous le signe de la modernité que la compagnie apparaît à deux reprises, en 1962 et 1963, comme « insigne de la vie moderne »[1087], ou en tant que compagnie étant « *le plus élégant exemple du voyage moderne* »[1088]. Elle s'affiche de nouveau en 1965, accompagnée d'autres compagnies internationales[1089]. Ces dernières investissent régulièrement les pages de la revue sous la forme d'invitation au voyage. Le comité de rédaction de *Playboy* se donne par ailleurs la liberté de juger les compagnies : les hôtesses de SAS sont ainsi présentées comme « *le plus bel ensemble d'airbags dans les annales de l'aviation* »[1090], celles de PANAM sont réputées comme « *les plus jolies* »[1091], tandis que les hôtesses d'Air Israël incarnent plutôt le genre « *mère grisonnantes* »[1092]. Les hôtesses de l'air sont systématiquement représentées en tant que femme à disposition des hommes modernes. La revue, publiant de nombreux récits fictifs ou réels, met souvent en scène des hommes qui voyagent en avion, insistant toujours sur le bon service de l'hôtesse. Elles sont tantôt figurantes, étant aussi « *délicieuses* » que le repas[1093], faisant preuve d'une « *efficacité chaude* »[1094], tantôt protagonistes, comme cette hôtesse danoise, bien réelle, qui ne veut pas arrêter de fumer alors que son nouvel amant déteste cela et cherche des conseils chez ses pairs, lecteurs de la revue. Il annonce avec regret qu'elle

[1085] « À partir de quelle surface financière un journal cesse t-il d'être érotique ? » *Le Monde*, 28 juin 1978

[1086] *Playboy*, juin 1960.

[1087] *Playboy,* septembre 1962.

[1088] *Playboy*, juillet 1963. Traduction personnelle de « *the most stylish example of modern travel* ».

[1089] *Playboy,* juin 1965.

[1090] *Playboy,* mai 1961. Traduction personnelle de « *perhaps the best looking set of pillow-pumpers in aviation annals* ».

[1091] *Playboy,* novembre 1964. Phrase originale : « *Pan-Americans Airways, whose stewardesses are reputed to be the prettiest of the pillow-proping set* »

[1092] *Playboy,* septembre 1961. Phrase originale : « *the stewardesses are gray-haired mothers types* ».

[1093] *Playboy,* avril 1963, Phrase originale : « *Delicious lunch served by delicious stewardess* ».

[1094] *Playboy,* octobre 1964.

est « *du genre indépendant* »[1095]. Certaines hôtesses sont mêmes devenues playmates et posent pour le magazine avec d'autres mannequins[1096]. Elles sont parfois photographiées nues, comme une hôtesse d'Aloha Airlines, dont l'âge de 19 ans est précisé[1097], ou comme Joana d'Arc lors d'une escale à Rio[1098]. Une ancienne hôtesse de Transcontinental, Terre Tucker, est même élue Miss November en 1963[1099].

Comparé à l'automobile, à l'alcool ou aux cigarettes, le recours au champ de l'aviation civile est secondaire dans l'architecture de Playboy. Il est périphérique mais reste pour autant utile : l'avion rassure le lecteur sur les bénéfices sexuels de la modernité. Quand Playboy recrute en avril 1961 une centaine de *bunnies* pour les Playboy Houses, les qualifications à l'embauche sont énoncées simplement : « *des modèles d'Hollywood, des danseuses de Las Vegas, des parfaites hôtesses de l'air* »[1100], soit des femmes dont les critères esthétiques ont été approuvées par des institutions légitimes. Le lien entre hôtesses de l'air et Playboy est définitivement tissé lorsque Hugh Hefner transforme un DC 9 en salon privé, dans lequel officient des playmates en tant qu'hôtesses. Peint en noir avec la tête du lapin blanc, le *Big Bunny* associe le charisme des intérieurs présentés dans les magazines à la pointe de la technologie aéronautique. Des loges sont installées au centre de l'appareil pour permettre aux passagères de se maquiller, avant de se mettre en piste sur une discothèque prévue à cet effet[1101]. Les hôtesses Playboy sont habillées dans des combinaisons de cuir s'arrêtant aux cuisses, bottines hautes et collants noirs maillés (voir illustration n°33).

[1095] *Playboy,* mars 1963. Phrase originale : « she is the independant type ».

[1096] *Playboy,* novembre 1963.

[1097] *Playboy,* août 1961.

[1098] *Playboy,* février 1966.

[1099] *Playboy,* janvier 1964.

[1100] *Playboy,* juin 1961.

[1101] *France Aviation*, n°191, *opus. cit.*

Illustration n°35 : les hôtesses personnelles de Hugh Hefner, *France Aviation*, n°191, octobre 1970

Le réalisateur britannique Henry Levin donne corps à de nombreux fantasmes à travers son film *Come Fly With Me* diffusé en 1963 – dont le titre s'inspire directement du succès musical de Franck Sinatra de 1958 évoquant l'amour et la mondialisation[1102]. Basée sur le roman à succès *Girl on a Wing* de Bernard Glemser, l'histoire met en scène des relations entre des hôtesses et différents personnages typiques de la fiction aérienne. Ray, le copilote affranchi et séducteur, entretient de nombreuses aventures à chaque escale. Il tombe amoureux de Carol, une jeune hôtesse ingénue. Sa vie professionnelle la propulse malgré elle dans le lit du copilote, afin de le préserver des conséquences de ses multiples relations. À la différence des fictions cinématographiques déjà en circulation, cette production embrasse plus volontiers l'imaginaire sexuel de la *Jet Sex*. La bande annonce superpose ainsi les lieux-communs aéronautique à ceux de la séduction. Après le traditionnel « *Fasten your seat bells* » [Attachez vos ceintures] clignotant, on trouve le visage de Dolores Hart qui joue une hôtesse accompagnée du sous-titre : « *Weather ? Gorgeous ! »* [Météo ? Superbe !]. L'apparition de Pamela Tiffin, la plus jeune des hôtesses, est introduite par « *Visbility ? Wow !* » [Visibilité ? Wow !]. Au sous-titre

[1102] Henry Levin, *Come Fly With Me*, MGM, 1963, 109 min.

« *Altitude ? Enough to make you lose your head* » [Altitude ? Assez pour vous faire perdre la tête] se superpose une scène de baiser passionnée[1103]. Conformément au roman publié en 1960, l'idée est d'exploiter les trajectoires sexuelles des hôtesses, notamment de la plus jeune. En quatrième de couverture, l'auteur présente ainsi les intentions de Carol : « *Je suis suffisamment une fille de Bryn Mawr* [ville de Pennsylvanie] *(et une année m'a suffi) pour reconnaître qu'un avion est un symbole absolument inavouable que je recherche toujours inconsciemment ; l'acte de voler est chargé de signification sexuelle* »[1104]. C'est « *la masculinité omniprésente* » caractérisant le jet qui s'impose comme imaginaire érotique, décisif dans l'orientation professionnelle des jeunes filles. L'aéronef fait ici penser au cheval, en tant que figure culturelle en partie valorisée par sa virilité, sur laquelle vient se fixer un imaginaire masculin de la sexualité[1105]. Le discours érotisant sur l'aviation est entièrement fabriqué par des hommes, qui s'emparent des subjectivités féminines pour en détailler les fantasmes. Le livre érotique à succès, *Coffee, Tea or Me,* premier dans son genre, est publié en 1967 par Donald Bain. Il prend la forme de deux témoignages fictifs d'hôtesses, gorgés de scènes sexuels[1106]. Plus évident encore, l'industrie pornographique met en scène des hôtesses de l'air dans un premier softcore sorti en 1969 aux États-Unis[1107]. Plusieurs membres de l'équipage consomment des drogues lors d'une escale à Los Angeles et s'engagent dans diverses relations sexuelles. *Les hôtesses du sexe,* production suisse de 1971, est quant à lui un faux documentaire qui suit trois hôtesses dans leurs liaisons lors des escales. On retrouve les figures typiques du riche homme d'affaire et du commandant de bord, mais les hôtesses de l'air entretiennent des relations plus spontanées avec des inconnus, comme un voisin de palier[1108].

Le déploiement de cet imaginaire érotique intervient dans un moment de détente entre le bloc atlantiste et le bloc soviétique. L'hôtesse de l'air occidentale étant un canal de diffusion

[1103] Bande annonce de *Come Fly With Me.* Disponible sur Daylimotion, durée 2 min. 28. URL : https://www.dailymotion.com/video/x2ckfez

[1104] Bernard Glemser, *Girl on a Wing*, 1960, New York, Random House, 368 p.

Traduction personnelle du texte suivant : « I am enough of a Bryn Mawr girl (and one year was enough and plenty) to recognize that an airplane is an absolutely unmentionable symbol which I am subconsciously always seeking ; and the act of flying is fraught with sexual significance »

[1105] Sylvine Pickel-Chevalier, Gwenaëlle Grefe. « Représentations et symbolismes du cheval: La révolution contemporaine, interprétée à travers les arts populaires et enfantins », dans Eric Leroy du Cardonnoy, Céline Vial. *Les chevaux: de l'imaginaire universel aux enjeux prospectifs pour les territoires*, Presses Universitaires de Caen, 2017, pp.109-128. Nous pensons aux énoncés ainsi formulés : « les femmes aiment les chevaux pour leur corps puissant », « les femmes qui pratiquent l'équitation sont performantes dans l'activité sexuelle ».

[1106] Donald Bain. *Coffee, Tea or Me*, Bartholomew House, 1967, 320 p.

[1107] Al Siliman Jr.,*The Stewardesses,* 69 min.

[1108] Erwin C. Dietrich, *Die Stewardessen,* Cinépix, 1971, 84 min.

idéologique, sa sexualisation sous-entend peut-être une libération du corps capitaliste, qui n'est pas soumis au diktat d'un État centralisateur et prescripteur. En s'arrêtant sur l'ouverture de la ligne hebdomadaire New-York – Moscou le 15 juin 1968, Victoria Vantoch revient sur le rôle de l'hôtesse dans la propagande commerciale. Surmédiatisée comparativement à son emploi réel (moins de 30 000 états-unien·ne·s visitèrent l'URSS en 1966), cette ligne agit comme une vitrine dans laquelle les hôtesses se livrent une guerre esthétique. La presse états-unienne défend le prestige national à travers le corps de l'hôtesse, dont le style, la beauté iconique et son devenir de ménagère impeccable, surpassent en tous points les hôtesses soviétiques, décrites par la presse comme plus guindées, plus rudes et moins féminines[1109]. Les rôles de genre dans la guerre froide ont fait l'objet de plusieurs études, dont le numéro 57 de *Clio* publié en 2023 en fait l'économie ; la mise en avant de modèles de genre socialistes ou capitalistes « *est un véritable instrument de diplomatie culturelle* », comme l'est devenue Valentina Terechkova, première femme à effectuer un vol dans l'espace en 1963[1110]. La presse états-unienne s'attache, pour plusieurs raisons, à décrire la femme russe comme dépourvue de féminité, en insistant sur son caractère masculin : c'est un corps qui produit, peu consacré à son esthétique, indépendant de son mari[1111]. Le champ de l'aviation commerciale est une extension consommable de la guerre technologique que se livrent les superpuissances : moins sérieuse, éloignée du champ militaire, axée sur le développement économique, le plaisir et le voyage, l'aviation civile est un terrain propice au déploiement de l'identité capitaliste. Il nous semble donc de première importance d'envisager la sexualisation des hôtesses – ou, du moins, leur prise de distance avec le modèle sage et accompli de la ménagère blanche – comme une composante de ce champ idéologique.

3.4. La féminisation comme contrainte professionnelle

3.4.1. Les fausses « vraies parisiennes » des airs

[1109] Victoria Vantoch, *opus. cit.* p.127

[1110] Ioana Cîrstocea, Françoise Thébaud, « Le genre, un enjeu crucial de la guerre froide », dans *Clio, femmes, genre, histoire*, n°57, Belin, 2023, pp. 7-22

[1111] Kristen Ghodsee, « Ce spectre qui hante le sexisme, les femmes soviétiques dans l'imaginaire de guerre froide américain » dans *Clio, femmes, genre, histoire*, n°57, Belin, 2023, pp. 75-94

Pour soutenir la croissance du nombre de passager·ère·s qu'impose la réaction, Air France tente de susciter des vocations. En 1959, son service commercial édite une brochure distribuée à plusieurs milliers d'exemplaires, notamment dans les établissements scolaires, portant le titre « *Pourquoi pas vous ? Un métier exaltant dont le cadre est le ciel* »[1112]. La visibilité croissante du métier de PNC se traduit logiquement par plus de postulations à l'examen d'Air France. Or, le concours d'entrée est extrêmement sélectif : pour plus de 2000 candidatures reçues entre octobre 1963 et avril 1964, seulement 255 ont été retenues et 107 sont finalement embauchées en octobre 1964, soit une personne sur vingt. L'encadrement enregistre près de 50% d'échec au premier stade de recrutement, qui évalue le niveau d'étude, les exigences linguistiques et l'acuité visuelle[1113]. Les différents canaux commerciaux de l'entreprise mettent en avant la difficulté de la sélection, qui fonctionne comme un ressort prestigieux. Cette technique semble être généralisée aux autres compagnies. Kathleen M. Barry rapporte une publicité d'Eastern Airlines en 1967 qui se vante de l'implacable processus de sélection. La campagne « *Presenting The Losers* » affiche le profil de 19 candidates rejetées par Eastern, pourtant toutes aussi élégantes que les hôtesses embauchées, à la différence qu'elles ne portent pas d'uniformes[1114]. Dans les années 1960, Air France organise des pré-sélections basées sur des qualités d'ordre intellectuel (comme le calcul mental, la culture générale, etc.). La deuxième phase est beaucoup plus sélective. Les candidates se présentent devant un premier jury, mixte, qui juge de nouveau les « *aptitudes intellectuelles (jugement, sens pratique) et sociales (contact, émotions, éducation, sens commercial…)* »[1115], ainsi que la motivation et l'absence de contre-indications. Le deuxième jury se prononce quant à lui sur les caractéristiques liées à l'esthétique et au maintien de soi : « *visage, coiffure, silhouette, tenue, élégance…* ». Ce savoir-être féminisé de l'hôtesse s'exprime certes à travers la posture et les gestes, mais l'encadrement s'attache de plus en plus à travailler la voix, qui, dans l'exercice exclusivement féminin de l'accueil au microphone, doit faire « passer le sourire »[1116].

En 1967, Air France délocalise les comités de sélection dans diverses métropoles provinciales pour répondre à l'augmentation de la demande d'emploi : 3000 femmes se

[1112] *France Aviation,* n°51, *opus. cit.*

[1113] *France Aviation*, n°125, *opus. cit.*

[1114] Kathleen M. Barry, *opus. cit.* p. 101.

[1115] Charles Lasseigne, « Des hôtesses choisies », *France Aviation,* n°160, *opus. cit.*

[1116] Voir entretien avec Anne, *opus. cit.*

présentent aux convocations partout en France (367 sont prises à l'essai)[1117]. L'entreprise décentralise ses centres de sélection à Toulouse, Nice, Marseille ou encore Strasbourg. Un rapport commandité par la compagnie, basé sur un échantillon du recrutement 1970/1971, donne les chiffres suivants : parmi les 12% des candidates retenues, les hôtesses ont 24 ans en moyenne, 56% sont d'origine provinciale mais habitent toutes Paris, 52% sont issues d'un milieu « *supérieur* » et 22% « *d'un milieu moyen* ». Le profil sociologique des stewards est en revanche moins marqué sociologiquement : seulement 18% proviennent d'un milieu social supérieur et 56% viennent de la province Sud (sans pour autant vivre à Paris) [1118]. À en croire les dossiers de délivrance des CSS, le bassin d'embauche des hôtesses ne se restreint pas au bassin parisien. Sur un échantillon de 100 PNC ayant obtenu le certificat entre 1956 et 1976, on ne compte que 25 personnes nées dans la région parisienne. Pour autant, sur 89 navigant·e·s dont l'adresse postale est consignée, près de 70% sont domicilié·e·s à Paris[1119]. L'exploitation du réseau international se faisant au départ d'Orly, il est logique que les salarié·e·s se rapprochent de leur travail. Une conséquence potentielle de ce déplacement est la socialisation parisienne, dont l'usage commercial est mis à profit par la compagnie. Malgré cette représentation de plus en plus grande des « provinciales », c'est bien « la parisienne » qui charpente les imaginaires.

À l'occasion de l'ouverture d'une ligne hebdomadaire en Boeing 707 vers la Chine le 19 septembre 1966, l'hôtel Hilton de Hong Kong organise une manifestation gastronomique au cours de laquelle se rencontrent des chefs cuisiniers. Des hôtesses d'Air France accompagnent le concours, conférant la « *note parisienne de ce concert sino-français* »[1120]. Pour célébrer les 20 ans de la ligne Paris New-York la même année, Air France charge Solange Catry de participer à l'événement médiatique de promotion. Elle se souvient que les organisateurs l' « *avait suppliée de parler l'anglais avec l'accent français et de glisser des comparaisons avec la circulation place de la Concorde ou à l'Étoile aux mêmes heures* », lieux iconiques du

[1117] Les comités ouvrent à Marseille, Toulouse, Nice, Bordeaux, Strasbourg, Lille, Nantes. Article « des hôtesses choisies » par Charles Lasseigne, dans *France Aviation*, n°160, *opus. cit.*

[1118] D'après le Rapport de B. Vedrement et M. Veyssiere "Etude de l'Amont" 1972 (étude sur le stage 1971), cité dans l'étude de Maurice Delaigue, *opus. cit.*

[1119] Les dossiers de délivrance CSS prennent en compte l'entièreté du personnel navigant de toutes les compagnies françaises, hôtesses comme stewards. Une lecture plus fine implique d'établir un profil géographique de l'embauche dans les autres compagnies françaises. Il en ressort que le personnel d'Air France (largement majoritaire) est davantage domicilié en région parisienne. À l'inverse, le personnel d'UTA est davantage « provincial ». Cela rend compte des structure particulières de réseau de chaque compagnie, les lignes long-courrier d'Air France étant au départ de Paris.

[1120] *France Aviation*, n°142, septembre 1966.

trafic automobile parisien. Lors de la cérémonie du baptême du Boeing 747 à Seattle, Jacqueline Pageot raconte que le président de Boeing l'appelle à défiler sur la passerelle, en précisant que c'est « *une véritable parisienne* ». Elle conclut l'anecdote avec ironie : « *voilà qui fera bien plaisir à nos amis de Montluçon* »[1121]. Ces récits témoignent du dévouement d'Air France à la figure mythique de la parisienne, celle qu'Emmanuelle Retaillaud définit en partie comme « *une figure de luxe donnée aux élites* »[1122]. Dans les années 1960, la parisienne est un projet de féminité qui s'élabore par les habitus de consommation et de sophistication du corps. La mode y joue un rôle prépondérant, mais ne se borne pas à l'habillage par la haute couture. Les magazines féminins comme *Elle* ou *Marie-France* dessinent la silhouette d'une femme aisée qui, en plus de s'habiller chez Dior, va au ski, bronze sur les plages et voyage en avion. L'hôtesse de l'air devient une parisienne professionnelle : son travail publicitaire est justement d'incarner cette féminité avant que l'usure des vols ne laisse ses stigmates sur son visage.

À partir de 1959, le dessinateur Edmond Kirazian, connu sous le pseudonyme Kiraz, obtient de Serge Dassault deux pages dans l'hebdomadaire de l'industriel Dassault, les *Jours de France.* Il y tient la rubrique « Les Parisiennes », en s'inspirant du « Carnet de belles » qu'il dessinait pour divers journaux. Le dessinateur égyptien est fasciné par le profil longiligne qu'il observe partout dans les rues parisiennes. Il les nomment « *libellules* »[1123]. Il dessine alors une série de planches jusqu'en 1986 qui ont marqué le monde de la bande dessinée : des jeunes femmes pétulantes, riches et aisées, échangeant des réflexions ingénues et souvent déconnectées des réalités sociales, toujours soumises au regard masculin, fasciné par leur beauté. Photographiées dans des scènes quotidiennes, cette série n'est pas sans rappelé les illustrations d'Albert Guillaume au début du siècle. Appelée « La journée d'une parisienne au XX^{ème} siècle », le dessinateur met en scène « *une gironde bourgeoise aux poses subtilement aguicheuses, que l'on peut même contempler entièrement nue, à l'instant du bain* »[1124]. Les planches de Kiraz proposent également une certaine nudité notamment dans la série qui sert à faire la promotion des sous-vêtements *Scandale* en 1969[1125]. Malgré une sexualité assumée et

[1121] *France Aviation*, n°168, *opus. cit.*

[1122] Emmanuelle Retaillaud, *opus. cit.*

[1123] « Le décès de Kiraz, le dessinateur fou amoureux des parisiennes » *Le Figaro,* 11 août, 2020. URL : https://www.lefigaro.fr/culture/deces-de-kiraz-le-dessinateur-fou-amoureux-des-parisiennes-20200811

[1124] Emmanuelle Rétaillaud-Bajac, « Entre « chic » et « chien » : les séductions de la Parisienne, de Jean-Jacques Rousseau à Yves Saint-Laurent », *Genre, sexualité & société* [En ligne], 10 | Automne 2013, mis en ligne le 01 décembre 2013.

[1125] Série de dessins pour la marque *Scandale*, 1969. Possibilité de les apercevoir sur la série en ligne à l'URL suivante : https://hprints.com/fr/recherche/Les-Parisiennes-de-Kiraz/

un style vestimentaire propre aux années 1960 (mini-jupe et grands manteaux), cette « *Parisienne renvoie à une image assez traditionnelle de la femme comme « beau sexe » et comme faire-valoir de la réussite masculine* »[1126].

Si on ne recherche pas dans l'hôtesse d'Air France la naïveté caractéristique des *Parisiennes*, l'encadrement travaille à l'assimilation de ses navigantes à cet imaginaire, par ailleurs facilement exportable. C'est bien la parisienne, avant-garde de la mode, sûre d'elle-même et séduisante, qui irrigue les représentations de la femme française sur le marché international. Ces représentations fluctuent dans l'histoire, mais semblent connaître un regain d'intérêt quand on considère la production culturelle actuelle (comme, par exemple, la série *Emily in Paris* produite par Netflix depuis 2020[1127]). L'image de la parisienne influence encore les imaginaires masculins : elle renvoie à cette femme « inaccessible », froide et distante, mais qu'on sait sexuelle et attachante, à l'image des actrices sélectionnées par la production du vidéo-clip du S-Crew de 2013, appelé *Les Parisiennes*[1128]. Ses déboires nocturnes contrastent avec une vie diurne rangée et bourgeoise, en accord avec une fonction historique de « *creuset, tout à la fois esthétique et social, entre l'axe de l'élégance et celui de l'érotisme* »[1129].

Le livre *How to Make a Good Stewardess* incarne comment la « Parisienne » vient fixer les représentations érotiques qui circulent aux États-Unis sur la femme française. Publié aux États-Unis en 1972[1130], il se présente comme un guide qui apprendrait aux passagers comment flirter avec les hôtesses des différentes compagnies. Chaque énoncé s'accompagne d'une illustration porno-érotique, essentialisant les caractéristiques féminines des travailleuses en cabine et, par extension, des femmes par pays. L'hôtesse d'Air France y est représentée sans surprise comme une parisienne (on aperçoit dans le dessin la Tour Eiffel par la fenêtre d'un hôtel), dont l'élégance et le « chic » de sa lingerie viennent soutenir son évidente lascivité et son hypersexualité. Édité en 1967, le livre *Les 32 escales de l'amour*, *confidences d'une hôtesse de l'air* propose lui aussi des images liant Paris à l'idée de libération sexuelle, à travers le corps préparé de l'hôtesse[1131]. Il est traduit dans plusieurs langues et Jef de Wulf, « *le*

[1126] Emmanuelle Retaillaud, 2020, *opus. cit.* p. 303

[1127] Darren Star, DR. (2020), *Emily à Paris* [série télévisée], Netflix.

[1128] Music video by S-Crew, S-Crew performing Les Parisiennes. (C) 2013 Seine Zoo. URL : https://www.youtube.com/watch?v=IKs817YA0wc

[1129] Emmanuelle Rétaillaud-Bajac, 2013, *opus. cit.*

[1130] Bill Wenzel et WOHL Cornelius Wohl, *How To Make a Good Airline Stewardess*, Fawcett Publications, United States of America, 1972, 205 p.

[1131] Nadine B…, *Les 32 escales de l'amour*, *confidences d'une hôtesse de l'air,* Le Trèfle d'Or, 1967.

dessinateur des fantasmes d'une époque »[1132], offre ses services pour des rééditions (voir illustration n°34). La construction mythologique de la parisienne sexualisée trace un sillage qu'emprunte la compagnie nationale, sous réserve, toujours, de respectabilité. Ces deux systèmes de représentation s'entrechoquent et l'encadrement affirme une emprise sur le corps des femmes qui paraît anachronique. La désynchronisation entre l'imaginaire commercialisé et la construction d'un éthos professionnel par la compagnie révèle un peu plus les fractures qui s'opèrent entre le rôle commercial et le rôle professionnel, entre le rôle de représentation et le rôle de service, entre une féminité libérée et une féminité conservatrice.

Illustration n°36 : hôtesses érotisées, réédition du livre « *Les 32 escales de l'amour* » par Nadine B… (*sic.*), 1967.

3.4.2. La rupture des PNC avec leur encadrement

3.4.2.1. Le rapprochement politique des cadres à la direction

En toute logique, le nombre de cadres d'Air France augmente à mesure que grossissent les effectifs. On observe surtout que la fonction d'encadrement prend une part de plus en plus

[1132] Philippe Aurousseau, « *Jef de Wulf, dessinateur des fantasmes d'une époque* », Oncle Archibald, 2012, 136 p.

conséquente à mesure que s'affirme la nécessité de construire une image de marque cohérente. Ce mouvement est particulièrement identifiable au sein du PNC. La fonction de chef de cabine, qui fait suite au mouvement social victorieux d'avril 1951[1133], permet d'envisager la responsabilité d'équipage sous une forme davantage centralisée. Le chef de cabine s'occupe principalement des formalités administratives et des douanes et devient l'interlocuteur privilégié avec le cockpit. Dans le manuel du PNT de 1954, le rôle des CC est seulement spécifié sur les trajets long-courriers, dans lesquels iels possèdent l'autorité sur l'équipage commercial[1134]. Le CC prend les informations du vol avec le commandant de bord et les retransmet aux PNC lors du briefing d'équipage. Il est présenté au grand public comme un « *chef d'orchestre* » responsable d'un ensemble, dont *« il doit en coordonner les efforts, distribuer les rôles, mettre un jeune en tandem avec un plus expérimenté, veiller à la mise en place du matériel et des consignes* »[1135]. Compte-tenu de la transformation du ratio PNT / PNC avec l'arrivée de la réaction et l'augmentation des effectifs commerciaux, le rôle de responsable d'équipe devient central. Il mobilise les efforts de formation d'Air France.

Dans une lettre adressée au chef steward Teweless en septembre 1957, Pierre Barbier rappelle le « *grand besoin de cadres* » qu'éprouve le PNC, en lui faisant part de la nouvelle section syndicale « Cadres » créée la même année[1136]. Le SNPNC tente d'investir le collège des cadres supérieurs. L'échec de cette stratégie corporatiste se manifeste à la suite du mouvement gréviste de 1960. Condamnés par certains supérieurs PNC, ces derniers se détachent du syndicat pour fonder en mai 1960 le Syndicat des cadres SNPNC, regroupant les chefs PNC, les chefs Stewards et les chefs Hôtesses d'Air France, de TAI et d'UAT. Maurice Delaigue le présente comme un syndicat marginal, assimilé à la direction, dont l'influence sur le personnel reste limitée (y compris sur l'encadrement)[1137]. Cela témoigne toutefois d'une fracture au sein d'un bloc professionnel pourtant très uni sur la décennie 1950. Lorsque le SNPNC insiste sur les difficultés que les PNC rencontrent dans le service sur Caravelle, M. Cambols, chef de la direction de l'exploitation, lui oppose les arguments des cadres dépendants de son service. Par exemple, le syndicat explore la piste d'un quatrième steward sur le service en Première classe. M. Cambols lui renvoie des *« études très poussées menées par son service et (...) l'avis du*

[1133] *Le Monde,* 2 avril 1951.

[1134] Manuel du PNT, *opus. cit.*

[1135] *France aviation,* n°89, *opus. cit.*

[1136] Lettre de Pierre Barbier, 19 septembre 1957. Archives du SNPNC.

[1137] Rapport de Maurice Delaigue, *opus. cit.*

PNC de l'encadrement qui l'accompagnait lors de son premier voyage en première classe »[1138]. Le nouveau syndicat des cadres ne suit pas le mouvement gréviste de l'été 1960, pourtant très étendu[1139]. Marie, syndiquée au SNPNC lorsqu'elle est rentrée à Air France en 1956, n'a jamais fait grève ; promue instructrice sur le réseau Europe en 1962, elle annonce avoir rendu sa carte, jugeant le syndicalisme et sa fonction d'encadrement « *incompatibles* »[1140].

Le mouvement du printemps 1964 consomme cette rupture. Le SNPNC appelle à plusieurs journées de grève dès mars 1964, pour que les PNC bénéficient des augmentations de salaire de 5,2% accordées au reste du personnel[1141]. Malgré trois journées de grèves consécutives suivies à 100% par le personnel syndiqué (d'après le SNPNC), Air France maintient la totalité de ses vols : l'encadrement non syndiqué se désolidarise du conflit et prend place à bord des appareils pour garantir les conditions protocolaires de sécurité[1142]. Face à ce rembauchage, le SNPNC suspend son action et annule son ordre de grève prévue du 27 au 30 avril[1143]. La direction prévoit de remplacer les 800 hôtesses et stewards concerné·e·s par « *des stagiaires, des cadres non grévistes et du personnel IPSA* »[1144]. Une partie de l'encadrement, notamment des chefs de cabine, endosse le rôle de briseurs de grève, comme l'annoncent les organisations syndicales du personnel au sol, solidaires du mouvement (CGT, FO et CFTC). Guy le Charles, président du SNPNC, alerte la direction sur les conséquences sociales de ce conflit - dont la portée économique et commerciale est en fait toute limitée. Il s'inquiète de la perte de confiance du personnel dans sa direction, du durcissement des méthodes de l'encadrement pour « *mater le PNC* » et, surtout, de la profonde division de l'encadrement, dont les différentes parties « *s'affrontent quotidiennement* »[1145]. Au cours de l'hiver 1965-1966, la formation bisannuelle des chef·fe·s de cabine est centrée sur « l'organisation du travail » et le « contact commercial »[1146], accentuant leur fonction managériale.

[1138] PV de la réunion de conciliation, *opus. cit.*

[1139] *Le Monde*, 2 juillet 1960, *opus.cit.*

[1140] Entretien avec Marie, *opus. cit.*

[1141] La vie économique et sociale, *Le Monde*, 23 avril 1964.

[1142] « La situation dans l'aviation civile », *Le monde*, 27 mars 1964.

[1143] *Le Monde*, 28 avril 1964.

[1144] *Le Monde*, 27 avril 1964.

[1145] Lettre de Guy le Charles à la direction des Transports, 30 avril 1964. Archives du SNPNC.

[1146] *France Aviation*, n°144, *opus. cit.*

Face à cette fracture du bloc corporatiste, le SNPNC exige plus de visibilité sur la formation de l'encadrement. C'est déjà ce que concevait Pierre Barbier en 1957, lorsqu'il écrit au directeur de la compagnie TAI après avoir reçu des plaintes concernant la promotion d'un steward de 2nde classe au poste d'instructeur. Ne remettant pas en cause les qualités de son collègue, le secrétaire général du SNPNC invite toutefois la direction à reconsidérer cette promotion exceptionnelle, lui proposant de le rediriger vers un grade moindre (steward 1ère classe)[1147]. Il est décisif, dans la logique syndicale, de standardiser le système promotionnel sur la base inamovible de l'ancienneté. Le SNPNC considère la création d'un poste spécifique « d'instructeur » ou d'autres fonctions similaires comme des « *bouchons* »[1148], ralentissant la carrière des salarié·e·s et favorisant la promotion par cooptation. Le conflit autour du rôle d'instructeur – tant chez Air France que chez TAI – témoigne de deux problèmes structurels de la profession navigante. Premièrement, le manque de standardisation des postes d'encadrement provoque l'enchevêtrement des fonctions de contrôle et de formation. Comme l'écrit Pierre Barbier, « *on ne peut évidemment pas apprendre à travailler aux gens et les noter simultanément* »[1149]. Deuxièmement, le SNPNC condamne la discrimination à la promotion, que viendrait limiter la mise en place d'un stage à l'essai d'un an, pour les chef stewards ou cheffe hôtesses, directement après l'obtention du concours. La fonction d'instructeur est formalisée en 1961 par la directive générale n°453 en un seule grade[1150].

Malgré le manque de source disponible, on est tenté de dire que l'activité syndicale est dans un premier temps un frein à la promotion, notamment à la suite du mouvement social de 1960. Rentré en 1958 à Air France, Jean ne devient chef de cabine qu'en 1978, avant de monter rapidement le reste des échelons hiérarchiques et salariaux. S'il ne revendique aucune attache politique, il raconte avoir été ralenti dans sa progression du fait de son activité syndicale, même si cette dernière était limitée :

> « *Je suis resté steward plus longtemps que je ne l'aurai voulu. J'ai fait du syndicalisme mais sans être élu. Je faisais du syndicalisme de terrain, en faisant partie d'un groupe qu'on appelait le...* [il perd ses mots]… *d'information ! Voilà. Je faisais remonter les infos au syndicat qui traitait le*

[1147] Lettre de Pierre Barbier au général Fayet, 13 août 1957. Archives du SNPNC.

[1148] Lettre de Pierre Barbier 19 septembre 1957, *opus. cit.*

[1149] *Ibid.*

[1150] D'après le document de Maurice Delaigue, *opus. cit.*

sujet par la suite. (...). J'ai tenté une ou deux fois de passer chef cabine, mais je n'ai pas réussi. Avec des notes qui m'ont laissé sur le cul ! Il y avait un problème que je voyais à l'époque, il fallait composer un texte sur je ne sais quoi. Mais les correcteurs n'étaient pas des correcteurs, comme des professeurs de français. Ce n'était que notre propre encadrement, je ne sais si vous voyez ce que je veux dire. Mon texte, j'en connaissais les défauts et les qualités, mais ces qualités-là n'étaient pas perçues par la hiérarchie si j'ose dire »[1151].

Sylvie, une hôtesse embauchée en 1967, syndiquée également, est accusée d'être trop « sociale » par sa hiérarchie :

« *On me reprochait de faire trop de social (...). C'est-à-dire que je m'investissais. Quand je voyais un stew ou une hôtesse fatiguée, je le dégageais du service pour le faire à sa part. On me reprochait de n'être pas assez ferme* »[1152].

L'encadrement PNC s'occupe de la formation des CC : ils ont deux fois plus de journées que les simples PNC lors des stages de perfectionnement. C'est également pour les CC que l'encadrement développe *Memovol* à partir de mars 1964. En remplacement les historiques livrets de consigne, ce petit imprimé mensuel cherche à regrouper des informations, qui jusque-là étaient très dispersées. Les CC y trouvent les consignes à faire appliquer d'un mois sur l'autre, ainsi que des informations sur l'environnement des vols (exposition universelle à tel endroit, physionomie de la clientèle sur telle ligne, etc.)[1153]. Pour Jean, c'est une bonne invention qui retransmettait bien les nouveautés permanentes du métier[1154]. Aussi, face aux difficultés matérielles que pose la circulation d'informations entre les PNC (la fonction de CC ne fonctionnant pas comme le rouage que souhaite l'encadrement), *Memovol* est distribué à l'ensemble du personnel à partir de décembre 1964. C'est d'ailleurs la même année que le

[1151] Entretien avec Jean, *opus. cit.*

[1152] Entretien avec Sylvie, réalisé chez elle sur Zoom le 9 mars 2012. Durée: 1h43 minutes.

[1153] *ibid.*

[1154] Entretien avec Jean, *opus. cit*

secteur PNC est rattaché au service des transports, aux multiples ramifications administratives[1155].

3.4.2.2. La désynchronisation entre des cadres vieillissants et des jeunes hôtesses

Le nombre de PNC sur les quadriréacteurs a été doublé. Charles Lasseigne, contributeur à *France Aviation,* rappelle qu'« *en raison de la standardisation des appareils et des techniques de conduite, c'est désormais la qualité du service à bord qui constitue l'argument essentiel des compagnies aériennes* »[1156]. Le PNC étant le personnel qui assume un contact prolongé avec la clientèle, il est logique pour Air France d'augmenter ses efforts de formation, selon le double critère de rapidité et de professionnalisme. Air France élabore des programmes de formation accélérée pour le personnel saisonnier dès 1957 : elle annonce plus de formation pratique que de théorie, et prépare aux gestes du service par la répétition d'automatismes. En plus de Jonas, la maquette grandeur nature située au Bourget, deux maquettes supplémentaires permettent d'accueillir les stagiaires pour les familiariser à la cabine de la Caravelle SE 210 et du Boeing 707 dès 1961[1157]. La formation initiale diffère en fonction des plans d'intégration du personnel saisonnier : beaucoup « d'étudiant·e·s » souhaitent simplement un travail d'été, quand d'autres cherchent à intégrer la compagnie définitivement. Les premier·ère·s ne suivent que les deux semaines de stage commercial et deux semaines de formation au CSS. Iels apprennent « *un minimum des techniques d'accueil et de présentation* »[1158]. Les second·e·s, envisageant une intégration à la compagnie, suivent dix journées supplémentaires dans lesquelles sont enseignées les annonces en vol, la comptabilité des ventes, les formalités administratives. À l'issue d'un examen, les saisonnier·ère·s retenu·e·s pour devenir statutaires suivent une formation complémentaire de 2 semaines, essentiellement commerciale, axée sur le comportement serviciel (techniques d'accueil et de contact avec le passager). Des cours particuliers sont réservés aux hôtesses : la formation rapide dispense déjà quelques cours de maquillage, que la formation professionnalisante approfondit tout en travaillant le maintien

[1155] Voir le dossier « Hôtesses et stewards saisonniers » publié par la direction du personnel et distribué à l'embauche, 1969. Archives du musée Air France.

[1156] *France Aviation*, n°144, *opus. cit.*

[1157] *France Aviation,* n°82, *opus. cit.*

[1158] *France-Aviation*,n°144, *opus. cit.*

corporel (voir illustration n°35). La compagnie insiste sur la formation rapide des saisonnières, considérant l'importance numérique de ce personnel [1159]:

[1159] *France Aviation,* n°129, *opus. cit.*

Illustration n°37 : la formation au plus proche des corps, captures d'écran du *Journal Télévisé d'Aquitaine* du 15 décembre 1967, archives de l'INA[1160]

Pour le personnel saisonnier qui revient d'une année sur l'autre sont mis en place des stages de « rafraîchissement » de six jours. Pour les titulaires, la compagnie privilégie des stages de perfectionnement mis en place dans les années 1950, réformés dans leur contenu en 1962. La nouvelle formule apparaît dans le sillage du mouvement de 1960 et vise, d'après Maurice Delaigue, « *à relever le moral du PNC, renforcer sa combativité, améliorer son rendement, réveiller sa conscience professionnelle et par là rehausser le niveau du service en lui donnant un aspect humain* »[1161]. Tous les deux ans, l'ensemble du personnel navigant suit un programme de remise à niveau organisée par la section formation et perfectionnement du département des transports, basée à Orly. Ils durent 5 semaines pour le PNC : une semaine dédiée aux gestes de secourisme, deux semaines aux gestes commerciaux et trois semaines aux gestes de sécurité (CSS)[1162]. Signe du développement de l'activité de formation, Air France centralise l'ensemble de ces « écoles » de formation PNC à Orly à partir de 1966. Les maquettes grandeur nature déménagent du Bourget. La compagnie met à disposition deux salles de travaux pratiques pour les stages sécurité et neuf salles de cours[1163].

Entre 1961 et 1962, 812 PNC suivent ces semaines de remise à niveau[1164]. En 1965, on compte 112 journées de stage pour 1929 stagiaires[1165]. Embauchée en 1967, Sylvie se souvient négativement du contenu des 100h de stage commercial que recevaient les saisonnières :

> « *On avait la présentation aussi ! On devait se farcir les nanas qui venaient nous maquiller ou nous coiffer. On devait apprendre à marcher aussi. Moi qui faisait énormément de sport à l'époque, il fallait que je marche talon-pointe-talon-pointe alors que moi c'était plutôt pointe-talon-pointe-talon… Donc je n'avais pas la démarche idéale pour être hôtesse de l'air. Mais ça passait quand même* (…). *Bon, on n'était pas mannequin ! Il fallait avoir la*

[1160] Capture d'écran du Journal Télévisé d'Aquitaine du 15 décembre 1967. Archives de l'INA. Lien URL : https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/video/boc9310071018/hotesse-air-france

[1161] Rapport de Maurice Delaigue, *opus. cit.*

[1162] *France Aviation*, n°82, *opus. cit.*

[1163] *France Aviation*, n°144, *opus. cit.*

[1164] *France Aviation*, n°96, *opus. cit.*

[1165] Rapport d'activité de 1965, *opus. cit.*

taille aussi. La taille minimum était d'1m60. Moi je suis passée juste je faisais 1m60. Une de mes amies qui était en recrutement avec moi faisait 1m58. On n'avait pas la taille mannequin. On n'était pas là pour faire du mannequinat (...). On était obligé de faire ce stage-là : hôtellerie, présentation, sécurité, et quand tu avais le feu vert pour voler, ils t'envoyaient sur le premier vol »[1166].

Anne émet le même jugement lors de sa formation initiale en 1970. N'ayant jamais volé, elle est surprise de se retrouver face à des cours de maintien, dispensés lors de la première semaine de formation :

« *C'était donné par une dame qui devait avoir la cinquantaine : elle avait des cheveux en coiffure macaron ce qui ne correspondait pas du tout à son âge… Elle nous apprenait à monter et descendre les escaliers élégamment, elle nous expliquait que lorsque quelqu'un éternuait il fallait lui dire « que le rosier de vos désirs fleurisse au gré de votre plaisir » [Rires]. J'avoue que je n'ai jamais réussi à le placer ! Il ne faut pas avoir peur du ridicule ! Cette dame nous disait aussi qu'il fallait laver son collant et sa petite culotte tous les jours, (ce qui n'est pas forcément inutile !) que « le déodorant, ça existe » ! Elle nous mettait aussi en situation : on devait imaginer sortir d'une voiture avec nos gants dans une main et le sac à main dans l'autre et il fallait sortir élégamment. Moi, j'ai toujours été nulle pour ce genre de chose. Je n'étais sans doute pas… Quand je descendais les escaliers, elle me disait « vous ne pouvez pas descendre les escaliers comme ça ! », enfin peu importe. C'était assez remarquable parce que le jour où vous alliez dans un avion et qu'il fallait tirer ou pousser des chariots qui font plus de 100 kilos, dans un appareil qui n'est jamais à l'horizontale (il était toujours très légèrement incliné, donc il fallait retenir le chariot où le pousser avec force), vous pensez bien que se promener élégamment était totalement inutile ! (…) Il n'y avait pas de formation langue. On nous faisait faire quelques exercices dans les maquettes à Orly* »[1167].

[1166] Entretien avec Sylvie, *opus. cit.*

[1167] Entretien avec Anne, voir Annexes.

Malgré l'absence d'archives officielles sur les stages de perfectionnement dans les années 1960, il s'avère qu'une grande partie du contenu s'intéresse au redressement des corps féminins. Ces formations ne suivent pas de programme fixe. Elles évoluent en fonction des résultats d'enquête de terrain et des témoignages recueillis à Orly. En 1967, l'encadrement envisage ainsi de faire revoir le maintien et le maquillage des hôtesses, la gestion hôtelière du commissariat et les techniques d'utilisation du micro (les annonces d'accueil étant faites par les hôtesses exclusivement)[1168]. Les stages de perfectionnement sont, à partir de 1962, centrés sur le service commercial à la clientèle et, par extension, sur le maintien esthétique des hôtesses[1169]. La revue *Gulliver* publie en 1973 un témoignage qui met la lumière sur le traitement genré de ces stages :

> « *Il y a des stages périodiques où l'on apprend à se maquiller à marcher, à sourire. On nous explique même comment une femme doit enlever ses gants pour se laisser baiser la main. Ces stages sont un véritable enfer. Il y a aussi un autre exercice scandaleux. On doit défiler devant des professeurs de maintien. Chacune de nous est invitée à critiquer l'habillement, le maquillage ou le physique des autres. Ces séances sont atroces. Les conseils - ou plutôt les ordres - abondent. « Vous avez trop de cellulite, faites des cures d'amaigrissement. Votre coiffure est un peu trop naturelle, passez donc chez votre coiffeur. On voit que vos yeux sont cernés. Refaites votre maquillage » »*[1170].

Les stages de perfectionnement s'étendent à plusieurs catégories du personnel Air France, notamment les agentes d'accueil et les secrétaires de direction[1171]. Dans le sillage ouvert par les mobilisations de 1968, la compagnie tente de résorber le contenu autoritaire et discriminatoire de ces formations ponctuelles pour les orienter davantage vers l'apprentissage des langues et des ères culturelles. Malgré les efforts déployés par la direction, la désynchronisation générationnelle entre les recrues et les formatrices est à l'image de la compagnie. La modernité qu'elle est censée incarner compose avec des imaginaires genrés conservateurs. L'uniforme Balenciaga, acclamé par la presse mondaine et la direction commerciale d'Air France, suscite

[1168] *France Aviation*, n°144, *opus. cit.*

[1169] Rapport de Maurice Delaigue, *opus. cit.*

[1170] *Gulliver*, n°6, avril 1973, trouvé dans le document de Maurice Delaigue, *opus. cit.*

[1171] *France Aviation*, n°165, août 1965.

des réactions contrastées chez les hôtesses. D'après Florence Müller, la plupart dénoncent un manque de modernité et de praticité. Balenciaga étant proche de la retraite, des hôtesses auraient préféré affirmer le caractère révolutionnaire des années 1968 par un habit de la maison Courrèges. L'uniforme supposément moderne est critiqué pour son manque de réalisme : mouvements entravés, une non prise en compte du gonflement de la taille et des jambes dû à la pressurisation, etc.[1172]. Loin d'être paradoxal, ce conflit est en fait représentatif des mouvements commerciaux qu'opère la compagnie sur la décennie. L'éthos féminin mis en valeur est celui hérité des années 1950, dans laquelle l'hôtesse performe la domesticité. À l'inverse, l'image publicitaire de l'hôtesse tente de rattraper une féminité moderne et rajeunie, libérée, dans une certaine mesure, des affres de la domesticité, grâce, entre autres, à la loi du 13 juillet 1965 sur l'émancipation bancaire[1173].

3.4.3 La professionnalisation de l'éthos féminin dans le nouvel environnement professionnel

La féminisation quantitative du personnel dans les années 1960 remanie progressivement les représentations que l'on se fait du métier navigant. Charline raconte qu'à son embauche en 1972, « *hôtesse, c'était un travail de femme* » ; un travail qui se serait masculiniser dans les années 1980, où « *les stewards sont arrivés de plus en plus* »[1174]. Cette perception subjective n'est pas fausse : elle doit être située dans un contexte où la diffusion d'artefacts culturels ayant pour objet l'hôtesse de l'air est sans précédent[1175]. En affirmant faire un « *travail de femme* », Charline soulève la double question suivante : « quelle femme et quel travail ? ». Nous rajouterons à cette problématique son corrélat : « pour quelles personnes ? ».

3.4.3.1. La dégradation inévitable des conditions du prestige

Comme l'annonce Kathleen Barry, le service à l'ère de la réaction s'apparente au service de restauration : « *nothing more but an airborne waitress* » [rien d'autre qu'une

[1172] Florence Müller, *open. cit.*

[1173] Christine Bard, les femmes dans la société française au XX[ème] siècle, Paris, Armand Colin, 2001, 281 p.

[1174] Entretien mené avec Chantal Desenclos, hôtesse de l'air moyen courrier entre 1972 et 2005, réalisé le 5/03/2020 chez elle à Saint-Mandé. Durée 2h01.

[1175] On peut citer différents médias du monde francophone qui se saisissent de l'image de l'hôtesse de l'air à partir de la fin des années 1960, notamment les romans SAS de Gérard de Villiers publiés dès 1965 qui mettent souvent en scène des hôtesses.

serveuse aérienne][1176]. Dans son article anticipant le service à bord des jets, Henry Beaubois annonce un bouleversement des techniques de commissariat du fait de la réduction des temps de voyage[1177]. Des cadres PNC rappellent qu'avec la physionomie du transport aérien au tournant des années 1960, il est plus difficile de mener à bien les missions initiales du service à bord : « *les appareils ont grossi, notre clientèle a décuplé et en prenant l'habitude d'un service impeccable, la clientèle est devenue plus exigeante* »[1178]. L'intervention de cadres dans la revue a surtout un effet mobilisateur. C'est la qualité des formations d'Air France, la discipline des moniteur·ice·s et la constante attention au détail, qui permet aux PNC de conserver ce haut degré de professionnalisme.

Voler entre 9000 et 12 000 mètres d'altitude éloigne la clientèle des sensations traditionnelles du vol, avec notamment la possibilité d'admirer les panoramas grandioses. Le PNC perd par conséquent sa fonction de guide aérien, capable de nommer les morceaux de Terre qui défilent par le hublot. À cette hauteur, on ne « *voit plus grand chose* » comme dirait Solange Catry[1179]. La compagnie nationale décide d'importer le spectacle dans l'habitacle. Air France entreprend ainsi un gros travail de décoration de ses Boeing 707 selon le précepte de « la vie de château » : tapisseries, mobilier en bois, éclairage adapté, discrets motifs « *de fleur de givre* » sur les fauteuils[1180]. La disposition des services de table pour la Première classe Boeing sont supervisés par des artistes décorateurs, comme Jean Picart-Ledoux[1181]. À partir de 1965, la direction commerciale lance « *le festival en plein ciel* » : les 25 Boeing alors disponibles sont sonorisés pour permettre l'écoute individuelle de sept programmes musicaux. Vingt d'entre eux sont dotés de l'équipement « Inflight Motion Picture » effectif sur les lignes de United Airlines et de TWA, afin de permettre le visionnage de films[1182]. La compagnie annonce transformer l'entièreté des cabines en salle de visionnage à partir du 20 juin 1966,

Les Premières classes bénéficient d'un écran à l'avant de l'appareil, tandis que les classes Économiques disposent de deux écrans. Moyennant un supplément au début du vol, la

[1176] Kathleen M. Barry, *opus. cit.* p. 96

[1177] *France Aviation*, n°51, *opus. cit.*

[1178] *France Aviation*, n°52, *opus. cit.*

[1179] *ibid.*

[1180] Bulletin commercial « service première classe », ND (probablement édité en 1967), archives du musée Air France

[1181] *France Aviation*, n°138, mai 1966.

[1182] *France Aviation*, n°139, juin 1966.

clientèle peut bénéficier d'écouteurs de « *type stéthoscopique* » et d'une télécommande pour leur permettre de naviguer parmi les programmes musicaux. Dans sa rubrique humoristique mensuelle, le journaliste J. Lacrevette évoque avec ironie le renouvellement des cabines, en suggérant qu'après la musique et le cinéma, les gens verraient s'installer à bord des avions des services « *de pédicures chinoise, des shopping centers, des piscines, des solarium, des snacks, des comodiprests culturels* »[1183], évinçant de l'imaginaire le facteur humain.

L'accélération des temps de service, notamment sur moyen-courrier, se répercute dans la standardisation de l'ensemble des protocoles relatifs au cycle atterrissage / décollage. Le système de lavage des appareils est par exemple modifié pour permettre de gagner en temps de rotation[1184]. C'est le service commissariat qui amorce les plus grandes restructurations pour anticiper le transport sur Boeing 707, comme le rappelle son directeur Georges Cambois. Il faut compter 17 pièces de commissariat (comme des napperons et pièces de service) sur de simples vols en classe Touriste sur un Viscount, contre 35 pour les services de luxe, sans compter l'ensemble des revues et des produits destinés à la vente à bord (parfums, alcools, etc.). Ce type de service rapporté aux vols sur Boeing 707 équivaudrait à plus de deux tonnes de matériel transporté, soit un coût d'environ 3 millions d'anciens francs pour le seul commissariat[1185]. Le service complet sur de tels appareils implique des dépenses qu'Air France veut réduire. Certains rituels de bienvenue, comme le bonbon avant le décollage ou l'accueil avec une orchidée blanche, sont amenés à disparaître. À l'inverse, l'usage du plateau-repas en secteur Économique se généralise. Aux yeux de Pascal Lardelier ce dernier devient le symbole « *de l'uniformisation et de la monotonie de la vie moderne* »[1186] ; il est clair que son usage massif est un signal de la normalisation du travail de service à bord. Sur le vol direct Paris-Los Angeles (ouvert en 1960 grâce au rayon d'action des Boeing 707) Air France accueille 32 passager·ère·s en Première classe et 90 en classe Économique, sur une durée totale de 11h30 de vol[1187]. Dans un documentaire de l'ORTF de 1963 qui y consacre quelques images, on voit cohabiter deux types de service. D'un côté le service Première classe, où le steward vêtu de blanc sert avec soin chaque personne selon les codes en vigueur dans l'hôtellerie. De l'autre le service en classe Économique, où l'hôtesse, interrompant son travail pour l'interview, annonce devoir

[1183] *ibid.*

[1184] *France Aviation*, n°138, *opus. cit.*

[1185] *France Aviation,* n°56, *opus. cit.*

[1186] Pascal Lardelier, « Le plateau-repas », *Association Medium*, 2011, n°28, pp. 100-108.

[1187] *France Aviation,* n°71, octobre 1960.

servir 86 déjeuners chauds à midi et 86 dîners froids pour le soir[1188]. En 1969, Air France déploie même sa première vaisselle « *consommable* » sur les vols en classe Économique, afin d'éviter le travail de plonge. Il s'agit là encore de rationaliser les coûts : le nouveau plateau ECO fait gagner 180 kg au chargement du Boeing, 50 kg pour une Caravelle[1189]. Il est clair que dans cette disposition, le service à la personne et l'attention naturelle que le PNC doit porter à chaque client·e se complexifie. Marie se souvient de cette impossibilité physique d'entretenir un service de luxe sur des lignes courtes. Elle se rappelle notamment « *tricoter des guiboles* » [marcher rapidement] pour assurer les services entre Paris et Londres[1190].

Au début de l'année 1967 l'encadrement refonde les protocoles de diffusion des plans de commissariat, en envisageant une meilleure coordination entre les différents services concernés. Les PNC et les services d'escale doivent rationaliser leur activité d'inventaire et de rangement en fonction d'une fiche technique plus précise. Les temps de repas en vol sont également reconsidérés : à partir de l'été 1967, une prestation nouvelle de type « consommation rapide » est mise en place sur les vols courts, notamment pour accompagner la mise en ligne des Boeing 727. La plus grande nouveauté est sans doute le déploiement du comodiprest, une armoire sur roue adaptée au service aérien. Lors de la 13ème conférence des représentants, M. Dupont, représentant d'Air France aux États-Unis, annonce être convaincu par la démonstration du comodiprest faite par une hôtesse[1191]. Ce nouveau « *container mobile* » remplace l'ancienne table roulante, afin d'améliorer la rapidité du service et de diminuer le nombre de passages de voiture dans l'allée. Effectif sur les Caravelle le 1er avril 1966 et sur les Boeing 707 au 1er novembre 1966, le comodiprest propulse un peu plus les PNC vers le rôle de service que nous leur connaissons aujourd'hui, dont les gestes sont minutieusement élaborés et chronométrés, les éloignant de leur identité commerciale originelle, encourageant les discussions spontanées et l'improvisation.

L'arrivée du Boeing 747 confirme cette direction prise. La direction du transport mène plusieurs missions chez le fabricant à partir d'avril 1967 afin de débattre des aménagements de cabines spécifiques à Air France. Il est décidé d'un aménagement en 5 espaces distincts (Première classe, classe standard, classe Touriste I, classe Touriste II, classe Économique),

[1188] Documentaire de l'ORTF, Magazine de l'aviation, archives INA. Lien URL : https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/video/i16215523/une-hotesse-et-un-steward-servent-les-repas

[1189] *France Aviation*, n°172, *opus. cit.*

[1190] Entretien avec Marie, *opus. cit.*

[1191] *ibid.*

dans lequel la disposition des sièges est millimétrée. Les fauteuils de la Première classe sont réglés au pas de 1067 mm, disposés en rangées de six (2/2/2) et séparés par des couloirs de 0,81 m. Les sièges de classe Économique sont réglés au pas de 864 mm, disposés en rangées de dix (3/4/3) et séparés par des couloirs de 0,49 m[1192]. Cette répartition de la cabine contraint fortement l'exercice des PNC, qui doivent circuler dans des couloirs toujours plus exigus, avec une clientèle toujours plus mal lotie. Cette standardisation de l'espace en cabine s'applique aux espaces de travail. Le nouveau galley est organisé selon plusieurs modules (armoires, eau, évacuation, four) et intègre désormais le comodiprest à même sa structure. Cet outil s'impose comme un symbole de la rationalisation du travail en cabine.

Solange annonce que l'apparition des gros-porteurs de Boeing, destinés à sillonner le ciel en 1970, « *ne permettront plus jamais le traitement personnalisé des passagers. Une page était tournée pour tout le monde : équipages comme passagers* »[1193]. La compagnie Delta est une des premières à tourner la page des publicités glamour avec une campagne de 1969 intitulé : « *No Floor Show, Just A Working Girl Working* »[1194] . Elle met en scène une image lumineuse d'une hôtesse, qui porte un plateau de thé dans l'allée Première classe d'un Boeing. Tout aussi jeune et simple, une passagère la regarde, tandis que le reste des passagers, dont on ne distingue que les épaules des costumes taillés, sont plongés dans leurs journaux. L'intelligence de cette publicité – soulignée par Kathleen M. Barry – est de renvoyer l'hôtesse à son statut professionnel tout en conservant son aura particulière. Le sous-texte indique effectivement que même dans cette disposition de service, sans artifice et sans surenchère esthétique, l'hôtesse fera ressentir aux passagers cette sensation d'être un « *leading man* »[1195].

3.4.3.2. La clientèle du « Jet Age », entre « leading man » et femmes modernes

[1192] *France Aviation,* 15 janvier 1968.

[1193] Solange Catry, *opus. cit.*

[1194] Publicité de Delta de 1969, voir Kathleen M. Barry, *opus. cit.* p. 102. Traduction personnelle « pas de cabaret, juste une travailleuse qui travaille ».

[1195] *ibid.* p.103

Le groupe de rénovation de l'image de marque d'Air France synthétise bien quelles sont les dynamiques sociologiques qu'on observe sur les années 1960. La compagnie doit prévoir « *le rajeunissement de la clientèle et une part importante de femmes* » et « *l'importance croissante des voyages d'affaires et leur répétition, bien qu'en nombre d'individus, ils ne représentent qu'un nombre inférieur à celui des touristes* »[1196]. À l'image des Boeing « châteaux » que propose Air France, le « Jet Age » contient une vraie proposition de distinction sociale. La création du « Jet Club » lors de la conférence de 1961 permet à une clientèle fidélisée de se démarquer par une marque symbolique de prestige. Il s'agit de conférer au « *passager, distingué par une cravate ou une insigne spéciale, le sentiment qu'il fait partie d'un cercle amical, composé de gens de qualité* ». Cette action vise à associer le voyage d'affaire à l'imaginaire touristique, selon la formule « *le touriste professionnelle* » [1197]. Cette maxime guide la logique commerciale d'Air France. Le « *leading man* », chargé de missions publiques ou privées de haute importance, fumant son cigare en regardant par-delà le hublot[1198], doit se sentir détendu lorsqu'il voyage. C'est à ce titre que la compagnie nationale ne surinvestit pas l'imaginaire en construction du tourisme de masse (palmier, sable fin et *farniente*). Elle lui préfère l'étiquette du raffinement et de l'élégance. Le *Playboy* de juillet 1963 consacre une page publicitaire éloquente à Air France, en insistant sur sa capacité de distinction :

> « *Bien qu'aucun voyage en avion ne puisse être considéré comme le plus glamour de l'aviation, de nombreux voyageurs chevronnés s'accordent à dire que le saut transatlantique vers Paris, dans la section Première classe d'un jet d'Air France, a un cachet inégalé d'élégance et de savoir-vivre* »[1199].

Le court texte s'accompagne de peintures à la gouache de l'ambassadeur Playboy LeRoy Neiman, représentant tantôt un Paris lumineux et mystérieux, tantôt le service d'Air France, dans des fresques colorées, surchargées de vin, de viandes, de fruits et de champagne, au-dessus desquelles un passager en costume se fait servir par le steward en regardant intensément la passagère à ses côtés. Cette proximité au luxe se retrouve en filigrane constant dans la presse

[1196] « Campagne notoriété et image de marque », *opus. cit.*

[1197] *France Aviation*, n°84, *opus. cit.*

[1198] Voir documentaire de l'ORTF, Magazine de l'aéronautique, 1963, *opus. cit.*

[1199] *Playboy*, juillet 1967. Traduction personnelle de la phrase : « While no one jet trip can be properly labelled the most glamorous in aviation, many veterans travellers concur that making the transatlantic hop to Paris ensconced in the First Class section of an Air France jetliner carries with it an unexcelled cachet of elegance and savoir-vivre.

aéronautique. La compagnie communique très fréquemment sur la constellation de personnages célèbres qui empruntent ses lignes. Elle communique par exemple autour du succès de la chanteuse Line Renaud, qui s'en va retrouver Henri Varna, le directeur du célèbre music-hall sur la Côte d'Azur et qui « *grâce à la Caravelle et aux horaires d'Air France* » peut être à Nice le matin et de retour à Paris le soir[1200].

Le service Première classe sur les lignes Atlantique fait l'objet d'un effort particulier. En éditant un dépliant pour du démarchage commercial, Air France espère fidéliser une clientèle riche et inspirée par les coutumes bourgeoises en proposant « *une ambiance pour une élite habituée au confort* »[1201]. Comme l'énonce l'introduction du fascicule : « *toutes les compagnies aériennes proposent à peu près les mêmes machines, les mêmes tarifs, les mêmes horaires… en un mot le même voyage* ». Choisir Air France, c'est avant tout choisir la distinction sociale. L'aménagement du Boeing Intercontinental prévoit un espace salon entre le poste de pilotage et la cabine Première classe, dont l'ambiance aristocratique est minutieusement détaillée. Le document s'épanche longuement sur la qualité des fauteuils (« *confort capitonné de quiétude* »), des lumières, des tapisseries (« *véritables œuvres d'art* »), ou encore des appareils de distraction. Cette atmosphère où « *tout est souple et silencieux* » renvoie au luxe que la clientèle consomme habituellement. Le fascicule met en avant le service d'accueil d'Air France, où les privilégiés bénéficient d'un délai d'attente écourté, d'un isolement du reste de l'aérogare et d'attentions particulières, comme la prise en charge personnelle du trajet lors d'un transit en escale. Air France continue d'insister sur la francité de la gastronomie, à travers le déploiement « *d'une tradition de luxe pour des passagers de qualité qui savent l'apprécier* » : caviar, perdrix farcies, homard en sauce, les photos témoignent d'une exubérance presque royale. Le personnel de bord est mentionné par sa haute qualification, notamment le chef de cabine impérativement diplômé d'une école hôtelière (ce qui n'apparaît dans aucun statut officiel). Ce dépliant, au-delà de dresser le portrait exhaustif d'un service de luxe, permet d'envisager comment Air France perçoit sa riche clientèle et comment elle lui retourne son image. Toutes les photos des passagers sont celles d'un couple hétérosexuel, où l'homme apparaît souvent plus vieux que celle qui l'accompagne, systématiquement habillé d'un costume cravate (voir illustration n°36). La mise en scène photographique place souvent le visage masculin au centre des attentions de service.

[1200] Air France Communiqué, n°340, 16 avril 1961.

[1201] Dépliant commercial, « service première classe », *opus. cit.*

Illustration n°38 : la représentation de la clientèle de qualité habituée au luxe, photo personnelle du dépliant commercial, « service première classe », non daté.

Malgré l'impossibilité d'établir un recensement statistique complet, la compagnie tente de connaître sa clientèle afin de mieux délimiter son répertoire d'action. En mars 1964, « *on peut dire qu'un passager sur deux est un voyageur d'affaire, un sur trois est un touriste* » selon la revue d'entreprise après avoir mené des sondages à Orly [1202]. Les grands motifs du voyage seraient, par ordre statistiquement décroissant, ceux relatifs aux affaires, au tourisme et à la famille. Le profil sociologique que touche Air France est constant depuis les années d'après-guerre. Il s'agit d'hommes entre 35 et 50 ans. Seul 1% de la clientèle aurait plus de 65 ans tandis que 30% aurait moins de 35 ans. Grande nouveauté au tournant des années 1960, les femmes commencent à composer un marché propre, pour lequel les compagnies transforment certaines pratiques commerciales. Air France installe par exemple une enseigne permanente dans les salons Christian Dior entre le 30 janvier et le 10 février 1964 (à la suite du partenariat avec la maison de couture de 1963)[1203]. À compter du 1er janvier 1964, la représentation générale de Paris envoie les bulletins horaires à destination de Madame et non plus de Monsieur, indiquant par-là une lecture genrée des dispositions au voyage de la clientèle féminine. Le monde du travail ne se conjugue qu'au masculin, ramassé sous le signifiant « homme d'affaire », tandis que la femme ne s'insère qu'en tant qu'épouse (celle qui reçoit les bulletins horaires) ou en tant que touriste – selon un ensemble encore flou « *d'étudiants et de femmes sans profession* ». Selon cette étude, les femmes représentent un tiers de la clientèle

[1202] *France Aviation*, n°112, mars 1964.

[1203] *ibid.*

globale, un taux qui peut s'élever à plus de 40% sur les lignes transatlantiques en période estivale.

Le dossier d'*Air France Revue* dédié aux femmes signale ce mouvement commercial assumé vers les passagères. En affirmant les liens entre la féminité et la modernité, la revue donne à comprendre que les femmes sont également bénéficiaires de cet héritage[1204]. Investis largement par les tropismes machistes, les articles définissent ce qui caractérisent le profil socio-culturel de la passagère type : une femme libérée en partie des contraintes domestiques, insérée dans le monde de l'entreprise et qui se révèle être une consommatrice éclairée. Pour les femmes modernes, le mariage et la vie familiale ne sont désormais plus « *les seuls évènements majeurs de leur existence* » ; elles peuvent voyager, fumer, s'habiller à Paris et s'entretenir par le sport. La revue consacre effectivement des grands chapitres à la pratique du loisir sportif et à Paris, en tant que « *capitale mondiale de la femme* », ville métonymique de l'amour et de la mode. Ce n'est d'ailleurs pas son appartenance géographique qui définit la parisienne. Elle s'incarne dans ces corps modernes et optimistes, arborant « *ces sourires de Paris* », partagés par toutes les femmes d'Air France sans regard pour leur origine. À la question « *Qu'est-ce qu'une parisienne ?* », la revue répond :

> « *C'est un regard, une répartie, un sourire, une attitude, une démarche surtout, une façon de se tenir droite (...). Une femme qui devient reine. Reine de quoi ? Mais du monde (...). La parisienne est sûre de sa souveraineté, mais n'en tire nul orgueil. Tout en elle, même la modestie, est une victoire* »[1205].

Ce dossier contient en lui le projet de genre de la féminité accentuée et l'ambivalence du statut de la femme moderne. La passagère prend les contours d'une femme sûre d'elle-même qui marche vers le futur avec conviction. Elle est néanmoins systématiquement renvoyée à sa condition de genre, dont la « *vocation éternelle est l'amour* » (d'un homme), et aux qualités associées (la sollicitude, l'empathie, la vulnérabilité, etc.). Parmi les principales conquêtes de la femme moderne « *il faut sans doute mettre au premier plan celles de la beauté et d'une jeunesse toujours plus longue* », déployée dans ces corps longilignes qui fascinent le dessinateur Kiraz, dont la silhouette et la morphologie se dessinent par opposition aux corps

[1204] *Air France revue*, *n°34,* opus. cit.

[1205] *Ibid.*p. 79

barbares. C'est par son immersion dans le dispositif moderne et capitaliste que la femme moderne se distingue des corps ruraux ou colonisés (voir illustration n°37). Le projet de genre de la féminité accentuée est un projet racial si ce n'est ouvertement raciste :

> « *Passant ainsi des formes stéatopyges de la préhistoire et de la « Vénus Hottentote » à celles de la Vénus de Milo et des nymphes de Jean Goujon, la femme a sculpté sa propre stature à travers les siècles, donnant à son corps une élongation et une finesse de ligne qui en font le chef d'œuvre de la nature* »[1206].

Le dossier insiste notamment sur l'exportation de ce projet et sa capacité d'absorption. Il y est écrit que la parisienne n'a pas vocation à être blanche, elle peut être noire comme Joséphine Baker, asiatique comme la souveraine de Thaïlande, elle peut s'appeler « *Marie, Ludmilla, Amalia, Ingrid, Marpessa, Natacha, Siriki, Jacqueline* ». Pourtant les photos de femmes qui composent le dossier sont presque toutes celles de femmes blanches. La vocation universelle de ce projet de genre propage les fractures que creuse l'idéologie bourgeoise, à savoir un accès matériellement inégal aux facilités promises par la modernisation. La base raciale du système de genre ne se résume pas à la couleur de la peau, mais s'étend aux dispositions corporelles et à ce qu'elles laissent entrevoir de la division du travail. Les corps épais de la ruralité ou les corps enflés du prolétariat fonctionnent comme épouvantails, au même titre que le dispositif colonial sépare les corps barbares des corps civilisés. C'est avant tout la capacité à lisser et à travailler son corps que le système de genre mesure et valorise, d'où l'importance grandissante du sport dans les loisirs et sa fonction d'architecte.

[1206] *Ibid,* p.5

Illustration n°39 : le guide de la féminité accentuée, *Air France Revue*, n°34, printemps 1964, p. 48

Pour confirmer cette dimension féminine que prend la clientèle, Air France publie à partir de 1963 un mensuel nommé « Air France Madame ». Le bulletin montre des grilles tarifaires, propose des circuits commerciaux, donne des idées de voyages, des conseils de lecture, ou bien suggère des destinations pour le mariage et le voyage de noce[1207]. Le bulletin se saisit également de nouveautés aéronautiques dans une rubrique appelée « *du nouveau dans l'air* », qui commente l'ouverture des nouvelles lignes[1208] ou l'apparition des nouveaux uniformes d'Air France[1209]. La gamme graphique présentée dans ce bulletin change radicalement de ce que propose la direction commerciale sur la même période : les femmes représentées sont rarement sexualisées, qu'elles soient touristes ou locales. C'est un graphisme

[1207] *Air France Madame*, n°15, 1966.

[1208] *Air France Madame*, n°11, 1965.

[1209] *Air France Madame*, n°27, *opus. cit.*

qui cherche à inspirer une confiance, une intimité, une invitation au voyage et à la détente (voir illustration n°38).

Illustration n°40 : la sérénité au féminin, graphique de *Air France Madame*, n°15, 1966.

Le comité éditorial de *Air France Madame* est piloté par Jeanine Aupetit, une femme que la revue d'entreprise présente comme « *jeune et dynamique* »[1210]. Elle annonce que les femmes, à défaut d'être le principal réservoir financier, sont déterminantes dans le choix des destinations et des voyages. On ne peut que lui donner raison en considérant la répartition des tâches d'organisation au sein d'un couple hétérosexuel :

> « *Aimante, soucieuse du confort et de la sécurité de son compagnon, elle saura lui conseiller ou lui suggérer* Air France *pour ses déplacements professionnels. Maternelle, elle sera séduite par les commodités offertes aux jeunes enfants pour le transport aérien* »[1211].

La stratégie commerciale du pôle féminin d'Air France consiste à inspirer des déplacements familiaux ou initier des campagnes de fidélisation chez les hommes, d'une part, tout en s'inscrivant dans le champ de la modernité féminine, celle où la femme dispose d'un « voyage à soi » et d'une tranquillité propre, d'autre part. L'article suggère que Jeanine Aupetit entretient un réseau étroit avec des femmes cadres supérieurs d'autres secteurs (université, médecine,

[1210] *France-Aviation*, n°149, avril 1967.

[1211] *Ibid.*

entreprises, institutions publiques). Les femmes ont très vite investi un maillage social resserré pour survivre au monde du travail masculinisé[1212]. Ces réseaux professionnels ont pris des formes institutionnelles définies, souvent des associations, notamment dans le secteur aéronautique, ou les femmes cadres se sont organisées pour former un espace de promotion et d'*empowerment* féminin[1213]. L'équipe de direction *d'Air France Madame* entretient également des liens avec la presse féminine plus générale, comme *Elle, Vogue* ou *L'Echo de la Mode*, qui ont la capacité d'orienter les choix de consommation, à l'image de la plage ou du ski ; la revue aéronautique suggère simplement des itinéraires Air France associer à ces produits. Signe d'une victoire dans les cercles sociaux visés par le fascicule, *Air France Madame* possède un pouvoir suggestif puissant, comme l'indique cette lectrice : « *Oui je reçois votre bulletin, mais il m'agace, il me désespère depuis qu'il est là sur mon bureau… Je ne peux plus supporter le ciel gris qui borne mon horizon. Il faut que je parte ! …* »[1214].

3.4.3.2. La valorisation des qualités genrées

La féminisation de l'image de marque porte sur l'ensemble de la culture professionnelle des PNC. Simultanément à la féminisation des équipages et du message publicitaire, l'encadrement valorise des qualités à l'héritage genré marqué, comme la gentillesse, la bienveillance ou la sollicitude. Ce sont des qualités dont s'est saisit le dispositif managérial du secteur tertiaire pour établir des protocoles et des feuilles de route[1215]. De manière significative, l'encadrement lance entre le 1er juillet 1965 et le 31 décembre 1965 la « campagne gentillesse », qui s'intègre dans une politique lancée par les pouvoirs publics autour « *de l'accueil et de l'amabilité à l'adresse des touristes étrangers* »[1216]. Ce concours insiste sur le lien qu'entretiennent les PNC à la clientèle, soulignant que cette dernière est particulièrement sensible à la « *gentillesse souriante* ». L'événement est placé sous la responsabilité du chef de Secteur PNC et s'applique à l'ensemble des titulaires. Toute l'échelle hiérarchique est mobilisée et les étapes de sélections – soit la nomination des PNC par leur hiérarchie – s'articulent aux différents étages opérationnels (au niveau des faisceaux et au niveau des

[1212] Dominique Picco, « « Réseaux de femmes, femmes en réseaux » : Avant propos », *Genre & Histoire* [En ligne], 12-13 | Printemps-Automne 2013, mis en ligne le 29 décembre 2013, consulté le 20 juin 2024. URL : http://journals.openedition.org/genrehistoire/1873 ; DOI : https://doi.org/10.4000/genrehistoire.1873

[1213] Lapeyre Nathalie, *Le nouvel âge des femmes au travail*, Paris, Presses de Sciences Po, 2019, 224 p.

[1214] *France Aviation,* n°149, avril 1967.

[1215] Pascale Molinier, « Et la tendresse, bordel ! », *in Multitudes*, n°52, 2013, pp. 172-177

[1216] Fascicule de présentation de la campagne gentillesse, 1965. Archives du musée Air France.

secteurs de vol). En plus de répondre à une proposition ministérielle, ce concours permet d'éprouver la structure organisationnelle du secteur PNC, d'en mesurer la cohérence. Les lauréat·e·s sélectionné·e·s bénéficient de bonifications individuelles, distribuées par les chefs de secteur. La gagnante Edith Langel, hôtesse sur réseau Caravelle, reçoit des honneurs et une prime salariale. 124 PNC ont été récompensés par des disques ou des ouvrages, « *pour honorer les chefs de cabine, les hôtesses et les stewards ayant témoigné de la plus grande amabilité et des meilleurs qualités de contact dans leur relation avec les passagers* »[1217]. Cette séquence est intéressante car elle témoigne du double mouvement opéré sur la décennie : un rapprochement de l'encadrement, dont les efforts d'observation, de contrôle et de notation sont ici démultipliés, au profit de la standardisation du travail émotionnel des PNC.

Support essentiel de sa propagande, Air France est très vigilant sur l'image de son personnel. Malgré des mythologies genrées qui lui échappe, la compagnie tente d'en délimiter les contours. Elle organise par exemple des ventes de 3000 poupées à l'effigie des hôtesses et de pilotes au musée Galiena en 1962, au profit des œuvres pour la petite enfance[1218]. Elle exerce également un droit de regard sur les productions externes, qu'elle cherche à censurer à chaque fois que le script ne correspond pas aux critères éthiques de son personnel. Le département des affaires juridiques contacte ainsi la production Georges de Bauregard en 1960 au sujet de son film « *A bout de souffle* » : le protagoniste est un malfaiteur qu'une bande sonore présente comme ancien steward de chez Air France. Le secrétariat général demande de modifier le texte en supprimant la mention à son appartenance fictive à la compagnie[1219]. Pour publier un dossier de 16 pages sur les commandants de bord en 1963, *Paris Match* travaille conjointement avec le service de presse de la direction commerciale[1220]. La compagnie nationale se sert de cette publication pour promouvoir la sécurité des appareils américains, notamment après la mise en service des nouveaux Boeing 727. L'angle adopté est une mise en scène de plusieurs pilotes dans différentes situations de la vie quotidienne, à l'instar du commandant Agnel assis en peignoir à sa table de petit-déjeuner. Ce portrait d'homme mûr et rationnel permet de désacraliser la figure du pilote, tout en consacrant son haut niveau de professionnalisme : il est un homme comme les autres et, en cela, le lecteur est capable d'y reconnaître les traits distinctifs du sérieux et du sens des responsabilités. À la différence des fictions romantiques

[1217] *France Aviation,* n°132, avril 1966.

[1218] *France Aviation,* n°97, *opus. cit.*

[1219] Lettre du secrétariat général du département des affaires juridiques, 13 avril 1960. Archives du SNPNC.

[1220] *France Aviation,* n°102, *opus. cit.*

citées plus haut, Air France préfère ancrer l'image du commandant de bord dans un environnement plus familial et conservateur, que de donner crédit aux récits de pilotes fougueux et casse-cou – comme on les retrouve plus volontiers dans le roman de Tom Wolfe[1221].

C'est en accord avec le service commercial que Fernande Féron publie son récit d'aventure *Fanchon, fille de l'air* dans la collection « la Bibliothèque rose » d'Hachette[1222]. Françoise et Eliette sont deux sœurs fascinées par les voyages et l'immensité du monde. D'abord secrétaire dans une entreprise, Eliette est reçue au concours d'hôtesse de l'air. En tant qu'ainée, elle subvient aux besoins de sa petite sœur de treize ans. Alors qu'elle doit s'envoler pour sa première mission, elle tombe malade et ne peut pas se lever. Françoise veut la remplacer, du fait qu'elles se ressemblent comme deux gouttes d'eau : « *en quelques instants Fanchon enfila le joli deux pièces bleu France, roula ses longs cheveux dans en chignon et se coiffa du calot réglementaire* (…). *Fanchon était métamorphosée en hôtesse de l'air* »[1223]. Le rôle de l'uniforme est indispensable dans sa transformation en femme adulte. C'est d'ailleurs les escarpins à hauts talons qui « *l'obligeaient à adopter une démarche plus gracieuse que l'allure garçonnière qui était généralement la sienne* »[1224]. Il suffit à la jeune Françoise d'une après-midi pour sentir « *qu'elle était hôtesse depuis longtemps* »[1225]. Dans ce récit, le travail en cabine est réduit à la distribution de bonbons avant le décollage et le service de « *plats tout préparés dans les grandes cuisines d'Orly* »[1226]. Elle confectionne « *avec le plus grand soin* » un thé de Ceylan pour les un·e·s, un thé de Chine pour les autres, qu'elle présente ensuite sur un plateau avec son « *plus gracieux sourire* »[1227]. Fanchon, 13 ans, est entièrement capable de gérer le service à bord (sous l'œil avisé du steward Bernard), sans avoir suivi la formation technique nécessaire. Le récit juge la qualité du travail à bord à sa seule dimension performative. À destination de jeunes lectrices, le livre dessine la perspective de l'emploi féminin par excellence : celui d'un service aux personnes « qui ont réussi », incarnées par les différente·e·s passager·ère·s à bord, inspiré historiquement du service ancillaire[1228]. Lors d'une terrible tempête au-dessus de l'Amazonie, Françoise se sent le courage de calmer ses

[1221] Tome Wolfe, *opus. cit.*

[1222] Fernande Féron, *Fanchon, fille de l'air,* Nouvelle Bibliothèque Rose aux éditions Hachette, 1969, 186 p.

[1223] *Ibid,* p. 23.

[1224] *Ibid.* p. 34

[1225] *Ibid.* p.56

[1226] *Ibid.* p.44

[1227] *Ibid.* p. 59

passager·ère·s. Elle découvre l'héroïsme à conserver « *ce sourire facile qui fait partie de la fonction* »[1229] dans les pires moments. Après l'accident, Françoise et Bernard se retrouvent propulsé·e·s dans une aventure épique à travers la jungle, qui déroule avec rythme tout ce qui compose l'imaginaire colonial : la figure de l'Indien menaçant mais qu'on peut amadouer avec des cadeaux venus de la civilisation, les dangers d'une nature non domestiquée, l'arrivée de la modernité dans la jungle à travers la Jeep et l'hélicoptère. À la différence notoire avec tous les autres romans déjà publiés, Fanchon n'est pas rattrapée par une romance hétérosexuelle, compte-tenu de son âge. La romancière préfère dresser le portrait d'une adolescente curieuse, concernée par sa famille, débrouillarde et polie. L'hôtesse de l'air est ici décrite comme une professionnelle sans grande qualité technique, mais dotée de grandes capacités émotionnelles, d'une bienveillance inégalable et d'une volonté à toute épreuve. La compagnie confère une certaine résonance au personnage de Fanchon lorsqu'elle autorise en 1971 un fabricant de panoplie à créer une gamme d'uniformes pour petites tailles, soit des « *fillettes de 3 à 10 ans* ». Pour la promotion de la vente, Cécile, une fille de 8 ans habillée conformément aux normes esthétiques de l'hôtesse d'Air France, pose dans un réacteur de Boeing avec le sous-titre « *Cécile n'est pas encore hôtesse mais elle est déjà mannequin !* »[1230].

3.4.4. Une féminisation des revendications toute relative

Après le mouvement de 1960, les syndicats du personnel navigant restent très actifs sur toute la décennie. Malgré la féminisation de la profession, nous n'observons pourtant pas de changement dans le discours syndical, principalement préoccupé par la défense d'un statut unisexe. Lors du conflit de 1964 relatif aux augmentations de salaire, la direction embauche du personnel auxiliaire, non formé, pour compléter les équipages – composés de cadres non grévistes – et assurer les vols[1231]. Le SNPNC condamne l'incompatibilité de ces mesures avec les normes légales de sécurité. Le SNPNL rejoint son homologue sur ce point et, à défaut de participer au mouvement, indique ne pas pouvoir décoller si aucun des membres en cabine n'est titulaire d'un CSS[1232]. Si ce conflit s'insère dans la dynamique caractéristique des rapports entre la direction et le PNC, qui consiste à reconnaître un rôle de sécurité au personnel de

[1228] Bruno Cousin et Anne Lambert, « Grandes fortunes et service personnels », *Actes de la recherche en sciences sociales,* n°230, Mai 2019, pp. 4-11

[1229] Fernande Féron, *opus. cit.* p. 63

[1230] *France Aviation*, n°201, août 1971.

[1231] *Le Monde*, 27 mars 1964, *opus. cit.*

[1232] *Le Monde,* 26 mars 1964.

cabine, il ne témoigne pas d'une féminisation particulière des revendications. En mars 1966, le SNPNL et le SNPNC paralysent dans une action conjointe le trafic aérien sur deux jours[1233]. Ils accusent la direction de ne pas respecter l'accord de 1959 qui l'oblige à faire bénéficier le personnel navigant de toute augmentation générale de salaire[1234]. Le conflit trouve son origine dans le refus du pouvoir public à effectuer un rattrapage des salaires des pilotes, bien plus élevés que leurs homologues du secteur privé. Le ministre de l'équipement et du logement, Edgar Pisani, appelle à déployer tous les moyens possibles pour mettre fin au conflit, en envisageant une embauche de pilotes étrangers ou la suppression des primes de vol sur Boeing 707[1235]. Aucune revendication spécifique aux femmes n'apparaît dans les archives du SNPNC.

Le climat social délétère des années 1960 n'est pas spécifique à Air France. Vanessa d'Hooghe analyse une trajectoire similaire de la Sabena, dont la direction accuse les pilotes de capter une masse salariale trop importante. Ces derniers sont facilement taxés d'arrogance par le personnel au sol, que les navigants appellent volontiers les « *rampants* »[1236]. Face aux menaces grévistes qu'agitent les pilotes en 1963, la Sabena considère qu'une protestation des pilotes, au très bon niveau de salaire, impacterait négativement leur image publique[1237]. En s'intéressant particulièrement aux hôtesses, Vanessa D'Hooghe établit un constat fort de sens : malgré des inégalités genrées structurelles sur le début de la décennie (l'égalité de salaire entre hôtesse et stewards n'est établie qu'en 1966 dans la compagnie belge), elle n'observe pas, jusqu'en 1971, des traces visibles d'une politisation féministe

Malgré le statut unique de PNC, la profession demeure largement discriminante pour les femmes, notamment au regard de l'âge de la retraite. Les hôtesses sont débauchées à partir de 40 ans tandis que les stewards peuvent voler jusqu'à 50 ans. Il faut attendre le mouvement de 1968 pour que l'âge de départ à la retraite des hôtesses soit ajouté à l'agenda des revendications. Débuté le 20 mai 1968, la grève intersectorielle et massivement suivie paralyse en grande partie les aéroports parisiens. Les PNC débrayent à partir du 20 mai 1968 pour finalement reprendre le travail le 14 juin. D'après les chiffres du *Monde*, la grève est reconduite sur ses derniers jours avec près de 81% de participation[1238]. Selon le SNPNC, 95% de ses

[1233] *Le Monde*, 8 avril 1966.

[1234] *Le Monde*, 28 mars 1966.

[1235] *Le Monde*, 8 avril 1966, *opus. cit.*

[1236] Vanessa D'Hooghe, *opus. cit.* p.139

[1237] *ibid.* p. 105

[1238] *Le Monde*, 8 juin 1968.

adhérent·e·s veulent poursuivre le mouvement dans les trois grandes compagnies où il est représenté (Air France, Air Inter et UTA)[1239]. À l'image des autres secteurs, la mobilisation reste unie malgré la pression exercée par la direction d'Air France, qui organise des consultations sur la fin de la grève, à bulletin secret, à partir de la troisième semaine de grève[1240]. À la suite d'une assemblée générale convoquée par le SNPNC à Thiais dans le Val-de-Marne le 11 juin, les doléances sont priorisées. La direction cède et les bases d'un accord sont élaborées en suivant trois pistes principales : la revalorisation salariale immédiate, la constitution d'un groupe de travail pour l'amélioration des conditions de travail, la non-sanction des grévistes. Le PNC gagne ainsi une augmentation de 3% du salaire moyen mensuel pour le personnel statutaire, 15% pour le personnel contractuel, un rallongement du temps de congés payées, une meilleure indemnisation pour l'usage de sa voiture et le paiement des journées de grève à hauteur de 50%[1241]. La question de l'âge de la retraite des hôtesses n'est pas immédiatement résolue : la direction concède une prolongation d'un an pour celles qui arrivent à l'âge légal entre le 13 juin 1968 et le 13 juin 1969. La discussion incombe au groupe de travail constitué dans le sillage du mouvement. Ce groupe permanent (institué du 18 juin au 15 septembre) est composé par des membres de la direction et du SNPNC. Il a pour rôle l'apaisement du dialogue social et la résolution des conflits jugés prioritaires. Les questions jugées urgentes sont celles relatives à l'encadrement, soit la création d'un grade « hors classe » (chez les hôtesses, stewards, et chef·fe·s de cabine), l'augmentation des effectifs cadres et la nomination de chef·fe·s PNC. Compte tenu de la sociologie de la hiérarchie PNC, on peut établir que ces mesures concernent davantage les hommes, mieux représentés dans le personnel titulaire et d'encadrement. La question spécifique à l'âge des retraites est renvoyée à la temporalité « du temps long ». L'agenda de travail est établi dans l'ordre suivant : la composition des équipages sur Caravelle SE 210 et sur Boeing 727, limitation du temps de vol, le PNC saisonnier, la limite d'âge des hôtesses, la représentation du PNC, la position des cadres du PNC au sein de l'entreprise, le régime des congés. Si le mouvement de mai 1968 aboutit finalement sur la prolongation de l'embauche féminine jusqu'à 50 ans, on ne peut toutefois y déceler une mobilisation féministe majeure, c'est-à-dire un travail militant visible sur le thème de la féminité au travail.

[1239] *Le Monde*, 10 juin 1968.

[1240] *Le Monde,* 5 juin 1968.

[1241] Protocole d'accord Air France / SNPNC, 13 juin 1968, archives du SNPNC.

La lutte féministe des hôtesses de l'air s'observe au regard de l'affaire Defrenne, qui met en lumière le combat pour l'égalité de pension. Gabrielle Defrenne, hôtesse belge embauchée en 1951 par la Sabena, quitte ses fonctions au 15 février 1968 où elle atteint l'âge de 40 ans, ce qui met fin, de plein droit, à son contrat de travail. Elle perçoit une indemnité de carrière qu'elle juge insuffisante au regard des inégalités de genre qui ont conditionné sa carrière. Elle introduit une plainte devant le tribunal du travail de Bruxelles le 13 mars 1968. Jugée non fondée par l'institution, Gabrielle Defrenne fait appel en 1971 à la Cour du travail de Bruxelles. Cette dernière saisit la Cour de justice des communautés européennes devant l'incompatibilité des normes belges et européennes, au regard de l'article 119 du traité de Rome, qui introduit directement dans le droit interne l'égalité de rémunération entre les travailleurs et les travailleuses pour un même travail[1242]. Déboutée une première fois en 1971, l'affaire reprend dans un second temps, après que le sommet de Paris de 1972 amène l'Europe à s'engager sur la politique sociale et la protection des conditions salariales. Sous réserve de non-concurrence entre États membres, le texte prône fondamentalement l'égalité de droit entre toutes les personnes salariées[1243]. Cette séquence se termine le 23 avril 1975 par une jurisprudence, signalant que l'application de l'égalité salariale doit être pleinement assumée par les États membres de la communauté. Elle sera amendée une nouvelle fois en 1978. Éliane Vogel-Polsky, l'avocate qui plaide en faveur de Gabrielle Defrenne, considère le terrain du droit européen comme une « *fenêtre d'opportunité* » et ce résultat comme une avancée incontournable en matière de droit des femmes[1244].

Vanessa d'Hooghe s'intéresse à cette connexion entre les hôtesses de la Sabena et l'avocate féministe qui, en tant que militante, appuie la construction du groupement Belgian Corporation of Flying Hostess (BCFH) à partir de 1971, un syndicat « *par et pour les hôtesses* »[1245]. Ce syndicat obtient rapidement deux premières victoires : le droit à une coupe de coiffure libre et le droit de porter une bague en plus de l'alliance. Le BCFH est décrié par l'institution et les autres syndicats pour son ton « trop féministe, trop excessif » : pourtant,

[1242] Arrêt de la CJCE, Defrenne (8 avril 1976), archive disponible en ligne. URL : https://www.cvce.eu/content/publication/2013/12/18/daac7dfe-c4fa-4ec4-9387-a68ad66bb6b7/publishable_fr.pdf

[1243] Bulletin des Communautés Européennes, Octobre 1972, n°10, Luxembourg : office des publications officielles des Communautés européennes. Source en ligne CVCE. URL : https://www.cvce.eu/obj/declaration_du_sommet_de_paris_19_au_21_octobre_1972-fr-b1dd3d57-5f31-4796-85c3-cfd2210d6901.html#:~:text=A%20l'issue%20du%20sommet,parvenir%20%C3%A0%20l'Union%20europ%C3%A9enne.

[1244] Entretien avec Éliane Vogel-Polsky, « Agir pour le droit des femmes », *Raisons politiques*, n°2, 2003, pp. 139-149

[1245] Vanessa d'Hooghe, *opus. cit.* p. 147

même si le groupe revendique un militantisme dans sa production interne, il mène une bataille syndicale davantage corporatiste que politique. Le BCFH se heurte au mutisme d'une direction disposée à ne pas multiplier ses interlocuteurs sociaux, et elle s'engage par conséquent à l'extérieur de l'entreprise (notamment à travers des publications dans les Cahiers du GRIF[1246]). Cette coloration féministe du tournant des années 1970 est spécifique à la Belgique du fait, sans doute, d'une inégalité accrue du statut des hôtesses et d'un rapprochement avec le mouvement féministe à travers la bataille juridique.

On ne peut pas signaler la même dynamique du côté français. Malgré la victoire relative du mouvement gréviste, le SNPNC continue à se mobiliser tout au long de l'année 1969 devant la non résolution des conflits suivants : la composition d'équipage (nombre de PNC et de CC, procédure de désignation sur les faisceaux), la limitation du temps de vol et de service, la rémunération et le repos. Le SNCPNC exige également plus de clarté de la direction, à laquelle il est demandé un « *engagement écrit de ne pas remettre en cause unilatéralement les principes* » élaborés en juin 1968, notamment l'alignement des salaires PNC / PS et la parité de frais de déplacement PNC / PNT[1247]. La question de la femme au travail apparaît au détour de problématiques spécifiques, notamment sur la question des nouveaux uniformes Balenciaga : « *le récent changement d'uniforme a provoqué divers incidents que les hôtesses ont dû supporter au détriment de leur temps de repos* »[1248]. Les déléguées du personnel dénoncent d'une attente injustifiée lors du retrait des uniformes et demandent l'indemnisation des trajets chez le confectionneur. Des hôtesses se plaignent également d'uniformes parfois non conformes à leurs mesures, d'un tissu rose trop transparent et de l'inconvénient majeur de ne disposer que de deux uniformes (considérant que « *le délai de repassage s'ajoute au délai de lavage et de séchage* » et que cela représente une charge mentale supplémentaire[1249]). Malgré la pression exercée par des déléguées, la direction annonce qu'elle « *n'entend pas reprendre à* [son] *niveau, (...) le règlement des questions courantes qui sont nettement du ressort de la Division du service en Vol et qui en l'occurrence doivent être traitées par le cadre PNC chargé des problèmes féminins* »[1250]. Cette séquence illustre bien les rapports politiques au féminin : les problèmes spécifiques aux hôtesses sont relégués au second plan et leur résolution ne concerne

[1246] M. Genonceaux, *opus. cit.*

[1247] Mémorandum du SNPNC, 13 juin 1969, archives du SNPNC.

[1248] *ibid.*

[1249] Lettre des délégués du personnel d'Air France à la direction du transport, 3 juillet 1969, archives du SNPNC.

[1250] Lettre de Jacques Nicolle, directeur du Transport, 22 octobre 1969, archives du SNPNC.

ni la direction, ni le syndicat. La féminisation des revendications se retrouvent plus nettement dans d'autres secteurs : en janvier 1970, les agentes d'accueil d'Orly réclament à travers une pétition une plus grande prise en charge de l'uniforme (prime de coiffure et de teinturier, ainsi qu'un nouveau costume moins usé)[1251].

Les années 1960 sont finalement paradoxales, en cela qu'elle donnent à voir une forte mobilisation syndicale du PNC simultanément à la féminisation des effectifs, sans pour autant rendre compte d'une politisation des enjeux de cette féminisation. C'est sans doute la structure masculine des cadres syndicaux qui expliquerait au mieux ce paradoxe. D'une part, le syndicat majoritaire ne visibilise pas les demandes spécifiques aux hôtesses. D'autre part, les hôtesses sont soumises à des carrières courtes et n'investissent que très peu l'encadrement. En témoigne le problème que pose le manque de cadres féminins. En 1966, la direction sépare en deux la fonction d'instruction en instituant une sélection genrée, de façon à assurer des postes d'instruction féminisés au regard des nécessités de formation. En 1969, elle propose d'abaisser à six mois le niveau d'ancienneté nécessaire pour postuler au poste de cheffe de cabine pour les hôtesses, alors que celui-ci est fixé à deux ans par le statut de 1959. Il s'agit pour la direction de résoudre le problème de la formation et de la surveillance d'un personnel féminin largement saisonnier. Les délégués du personnel se refusent à ces méthodes « *palliatives qui renforcent le caractère inéquitable et anarchique de la promotion des PNC* »[1252]. Pour les 52 cadres supérieur·e·s enregistré·e·s au début de 1970, on ne compte que 12 femmes (3 cheffes hôtesses et 9 instructrices)[1253].

3.5. Conclusion

La séquence qu'ouvre l'ère de la réaction amorce la féminisation du champ de l'aviation commerciale. Air France supporte l'augmentation des passager·ère·s que permettent les nouveaux appareils en embauchant massivement des hôtesses. Elles constituent en grande

[1251] *L'Humanité*, 28 janvier 1970.

[1252] Lettre des délégués du personnel à la direction des Transports, le 13 janvier 1969, archives du SNPNC.

[1253] *France Aviation*, n°186, *opus. cit.*

partie les nouveaux effectifs du personnel saisonnier et du personnel non titulaire. Malgré l'abrogation du célibat contractuel en 1963, les hôtesses optent pour des carrières courtes, en raison des différents blocages institutionnels. Elles maintiennent par conséquent une certaine éthique autour du célibat (elles ne peuvent pas être hôtesse et envisager la vie familiale). L'importante rotation du personnel féminin se traduit dans une féminisation du personnel d'exécution, tandis que l'encadrement reste à grande majorité composé d'hommes. Cette répartition genrée témoigne de la désynchronisation entre les cadres dirigeants d'Air France et la base de leur personnel navigant commercial.

La décennie 1960 est ponctuée de mouvements sociaux d'envergure ; la question de la fatigue navigante bénéficie d'une nouvelle visibilité à mesure que les vols s'accélèrent et que les temps de rotation se rétrécissent. Le conflit autour du Boeing 707 en 1960 fragilise le bloc corporatiste, les cadres PNC rejoignant les positions de la direction. Cette fracture entre le personnel d'exécution et sa hiérarchie amorce la reconfiguration du rôle du personnel d'encadrement. D'une fonction historiquement revendicatrice, l'encadrement assume une activité désormais plus répressive : mesures de contrôle et de surveillance du PNC, renforcement de la fonction des CC, sélection plus attentive aux dispositions politiques dans la promotion des salarié·e·s, etc. Les corps féminins sont davantage soumis aux efforts de cadrage, tant dans leur disposition esthétique que dans leur capacité performatrice.

Les hôtesses de l'air deviennent les égéries publicitaires des compagnies internationales. Air France actualise en 1962 son dispositif commercial autour du thème de l'accueil et du service personnalisé, dans lequel le sourire féminin devient central. L'hôtesse de l'air supporte très vite la responsabilité de l'image de marque et elle multiplie les actions de communication vers l'extérieur, lors d'évènements publics ou privés, dont les liens avec l'activité économique d'Air France sont plus ou moins marqués. Ces apparitions médiatiques sont captées par l'industrie culturelle, avec d'autant plus d'intérêt qu'elles ritualisent l'expression d'une féminité hyperbolique. Entre concours de beauté et défilés de mode, l'hôtesse de l'air s'est hissée au rang des modèles de beauté incontournables. Au milieu d'une diffusion importante d'artefacts culturels, les navigantes semblent à la croisée de deux chemins : héritières de leur mission de soins infirmiers et d'hôtesse de maison, elles doivent embrasser la multiplication des tâches de service et un rôle plus prosaïque de serveuse. Leur plus-value se concentre dans leur féminité, qu'elles doivent performer au plus proche des imaginaires hégémoniques. Il s'agit pour Air France et ses concurrents de « *faire coïncider le cliché, le stéréotype de*

l'hôtesse » avec la réalité du service à bord[1254]. Le journaliste J-G. Marchais concède que l'assignation des hôtesses au rôle conventionnel d'une maîtresse de maison discrète et subordonnée ne fonctionne plus. La féminisation du champ publicitaire de l'industrie aérienne implique la sexualisation des hôtesses et de leur rôle de service.

La nature servicielle de la profession d'hôtesse de l'air facilite l'érotisation des représentations associées. L'achat d'un billet d'avion inclut la disponibilité du personnel commercial, que le dispositif patriarcal recodifie par un privilège sexo-affectif. Le passager achète implicitement le droit de regard et d'érotisation de sa relation à l'hôtesse, qu'il en fasse usage ou non. Pour se démarquer dans un marché de plus en plus concurrentiel, certaines des compagnies états-uniennes popularisent largement cet usage sexuel de la disponibilité de l'hôtesse, accompagnées dans ce geste par une partie de l'industrie culturelle. La sexualisation des hôtesses n'est toutefois pas un volet qu'Air France se plait à ouvrir, bien au contraire ; la compagnie nationale cherche plutôt à préserver l'expression d'une féminité mondaine et bourgeoise, plus adéquate à l'hétéronationalisme français. Ce modèle tend à se fissurer au cours des années 1960, au contact du mouvement de libéralisation culturelle.

La sexualisation des imaginaires est en réalité un sous-produit de l'ensemble culturel plus vaste, relatif au « Jet Age ». Cette proposition s'insère dans une économie morale hégémonique, qui associe à la modernité technicienne le champ lexical du bonheur et l'essor du tourisme post-colonial. L'hôtesse de l'air devient un projet de genre de ce dispositif idéologique, tant sa modernité, sa disponibilité et son sourire inaltérable suscitent l'adhésion des imaginaires. À travers l'image plastique d'une hôtesse jeune, dynamique, éloignée de la domesticité, circule un récit plus englobant sur l'émancipation et la féminité, relayé par différents secteurs économiques comme celui de l'industrie cosmétique[1255]. L'hôtesse de l'air de la fin des années 1960 est à plusieurs égards une femme avant-gardiste : salariée qui échappe à la monotonie domestique, elle travaille avec sa féminité qu'elle sait entretenir selon les scripts esthétiques dominants. L'extension rapide de leur sexualisation témoigne dans un sens de la réussite de ce modèle. Source de désir et de fixation des identités masculines, la féminité qu'incarnent les hôtesses est un creuset dans lequel se déverse l'ensemble des valeurs défendues par le bloc capitaliste : liberté, plaisir, bonheur, optimisme, jouissance. Ce

[1254] *France Aviation,* n°141, *opus. cit.*

[1255] Benjamin Coulomb. *Vendre la beauté à la télévision en France : les trajectoires des publicités pour les cosmétiques (1969-2000)*. Histoire. Université Grenoble Alpes [2020-..], 2022. Français. ffNNT : 2022GRALH016ff. fftel-03947261f

déploiement est concomitant d'un dégel des relations internationales, où l'affrontement entre les deux blocs convoque davantage la propagande culturelle que militaire. La victoire historique de ce système de valeur dans des sociétés socialistes s'explique peut-être, entre-autres, par le lien qu'il entretient avec le système de genre, dont les dispositions internationales rassemblent des mondes politiques a priori éloignés. Si les programmes d'épanouissement de la femme diffèrent notamment entre Nixon et Khrouchtchev, leurs positions patriarcales et hétéronormatives sont remarquablement similaires[1256].

C'est essentiellement autour du style de vie et des pratiques de consommation associées que l'hôtesse convoque les imaginaires de manière positive. Symbole moderne de fraîcheur et de liberté, l'hôtesse incarne les promesses d'un tourisme de masse, ensoleillé et paradisiaque, que les compagnies aériennes souhaitent stimuler, notamment en cherchant à capter une nouvelle clientèle plus familiale, plus féminine et plus jeune. L'ère de la réaction se développe selon une stratégie double : d'un côté il s'agit de fidéliser les cadres, incarnés par la figure de l'homme d'affaire sensible au luxe et à la distinction sociale, de l'autre côté les compagnies baissent leur tarif pour agrandir leur marché. L'arrivée du Boeing 747 en 1970 confirme cette direction prise par la concurrence internationale. L'essor du transport aérien de masse transforme en profondeur les conditions de service à bord : à la phase de professionnalisation des PNC succède une phase de normalisation, où les gestes sont automatisés, les attentions à la clientèle réduites au minimum et les temps d'escale comprimés.

[1256] Ioana Cîrstocea, Françoise Thébaud, *opus. cit.*

CHAPITRE 4. UN MÉTIER DE RÊVE EN PÉRIODE DE CRISE, L'UTILISATION STRATÉGIQUE DES MYTHOLOGIES DE GENRE (1970 – 1991)

Notre dernier chapitre s'intéresse à la séquence charnière des années 1970, marquée par une mise en tension sans précédent du marché aérien. Le déploiement des gros-porteurs dans les flottes internationales fait basculer l'aviation dans l'ère du transport de masse. Air France réadapte en conséquence ses stratégies commerciales. Ces changements opèrent simultanément à la grande rénovation managériale des années 1970. Le réaménagement des rapports au travail donne une place croissante aux émotions, dont la gestion devient un enjeu crucial de l'encadrement des PNC. En incarnant l'éthos féminin du service, les hôtesses de l'air sont au centre de ce dispositif. L'angle commercial de la compagnie insiste sur l'idée de bonheur, de liberté et de jouissance, dessinant les contours d'une féminité émancipée des contraintes domestiques, laquelle ne correspond plus réellement à la sociologie du personnel.

Notre première partie envisage l'histoire économique d'Air France dans un contexte fortement marqué par la crise pétrolière. En adaptant ses conditions d'exploitation à la nouvelle physionomie du marché aérien, la compagnie nationale peine à conserver son identité commerciale historique. Malgré l'ambivalence de ses campagnes publicitaires sur la période (qui oscillent entre massification et élitisation), Air France tente de réorganiser son image de marque autour du dispositif vacancier, qui inclue les infrastructures hôtelières et les tours opérateurs. Le secteur aérien devient un acteur incontournable du secteur touristique.

Notre deuxième partie s'intéresse à l'histoire sociale qui sous-tend ce renouveau économique et culturel. À la suite du mouvement d'occupation de mai-juin 1968, le dispositif managérial réinvestit le rapport à l'encadrement et à l'autorité. On observe chez Air France les manifestations d'un changement d'ordre structurel. Le nouvel esprit du capitalisme opère localement dans l'institution aérienne, proposant aux PNC des nouvelles formes d'indentification à l'entreprise.

Notre troisième partie explore, toujours dans le registre de l'histoire sociale, comment la rénovation des cadres managériaux agit sur l'éthos professionnel. Face à la dégradation de

l'environnement de travail des PNC, qui s'accélère avec la mise en service des gros-porteurs, les PNC réorganisent leur système de valeur professionnel. La valorisation du travail passe par un travail émotionnel assumé, qu'il soit encadré dans le cadre du service, ou bien officieux dans le cadre des relations d'équipage. La dimension fortement genrée du travail émotionnel impacte les représentations autour des professions aériennes, consolidant l'image de l'hôtesse à jamais disponible et celle du steward efféminé. En réponse à la dégradation de leur espace de travail, les PNC absorbent les affects élaborés pour les touristes jusqu'à les rendre constitutifs de l'identité professionnelle ; la liberté, le bonheur et les vacances.

Notre quatrième partie prolonge cette analyse aux espaces intimes et affectifs du PNC, sur la base des données des entretiens collectés. La sociabilité navigante associe au champ lexical du bonheur le voyage, avec des formes souvent non dissimulées de l'activité sexuelle. Ce modèle devient pourtant incohérent avec certaines formes de souffrance au travail, propres au rythme de la vie navigante. Ces dissonances résonnent d'autant plus fortement chez les hôtesses, dont une grande proportion est à charge de l'organisation d'une vie familiale. Le modèle de « l'hôtesse maman » ne peut pas correspondre aux représentations de « l'hôtesse de l'air » en circulation. Cette fissure dans la mythologie annonce la fin de l'hôtesse égérique et du prestige social associé.

4.1. La difficile rénovation de la marque Air France

Les années 1970 représentent pour le secteur aérien un point de non-retour. Le premier choc pétrolier de 1973 impacte en profondeur la structure du marché international, déjà fragilisé au tournant des années 1970 par les compagnies charters. Face à une crise sans précédent, les géants de l'air adoptent des stratégies davantage concurrentielles : massification du transport aérien, libéralisation de la réglementation du ciel, diversification de l'activité des entreprises, politiques tarifaires offensives, etc. Dans un marché en pleine évolution, Air France juge impératif de rénover ses politiques commerciales.

4.1.1. Les conditions d'exploitation face à la crise

En 1970, la présidence d'Air France identifie dans le déploiement des charters la principale raison de la crise du transport aérien. Les compagnies dites « irrégulières » enregistrent 5 fois plus de passager·ère·s en 1972 qu'en 1965[1257]. Atteignant des coefficients de remplissage autour de 80%, les charters peuvent vendre des tarifs unitaires peu chers et attractifs. La compagnie espagnole Spantax totalise 82% de coefficient de remplissage en 1972 contre un taux moyen de 54% pour les transporteurs IATA[1258]. Les géants états-uniens utilisent le prétexte de la concurrence déloyale pour pousser à la libéralisation des normes tarifaires. Dans ce contexte tendu, le conseil d'administration d'Air France évalue le danger que représente leur multiplication :

> *« S'appuyant pour ainsi dire gratuitement sur une structure qui leur est indispensable, celle qui a été créée par et pour le transport régulier, sans laquelle ils ne pourraient pas exister, les transporteurs non réguliers introduisent, artificiellement et parfois inéquitablement, les risques inhérents à un décalage des prix de vente »*[1259].

Pour faire face, la direction cherche à augmenter les recettes unitaires, en améliorant les coefficients de remplissage des lignes attractives. Après le frein de l'activité aérienne enregistré

[1257] Jean-Michel Spill, « Les charters en Méditerranée », dans *Annales de Géographie*, 1976, t. 85, n°468, pp. 206-224.

[1258] *Ibid.*

[1259] Rapport d'activité du conseil d'administration, 1970, archives du musée Air France.

en 1968, les compagnies aériennes tendent à maintenir leur expansion, tout en assouplissant leur politique tarifaire. Il s'agit de capter une clientèle nouvelle pour charger les gros-porteurs et concurrencer ainsi l'offre charter[1260]. Cette dernière intéresse particulièrement une clientèle d'Europe occidentale vers des destinations méditerranéennes : Jean-Michel Spill compte 20 millions d'arrivées pour les secteurs « *chauds et proches* », illustrant par ailleurs la dépendance touristique du monde méditerranéen à l'Europe du Nord[1261]. La présidence d'Air France mise par conséquent sur le déploiement du Boeing 747 dans les secteurs long-courriers, où la concurrence charter est moins pressante. Amené à remplacer progressivement le Boeing 707, le nouvel appareil impose une augmentation des coûts fixes en matière de transformation des infrastructures et de formation du personnel. Les efforts de formation du PNT augmentent de 50% sur l'année 1971[1262]. Dans une problématique de stabilisation financière, la compagnie gèle les embauches dès 1972 (sauf concernant le PNC lors des pics saisonniers)[1263].

Aux difficultés inhérentes que pose le renouvellement de la flotte s'ajoute le changement de centre d'opération. Lorsque le gouvernement décide de désengorger le terminal d'Orly en construisant un nouvel aéroport à Roissy (inauguré en mars 1974), se posent rapidement les problèmes de la délocalisation du personnel. La revue d'entreprise rappelle que « *pour de nombreuses personnes d'Air France appelées à aller travailler dans la banlieue nord, cela va représenter (…) une modification importante de leurs habitudes* »[1264]. Un sondage réalisé par la direction du personnel en 1972 permet de se représenter les modalités de transport et de vie en fonction des professions (voir tableau n°5) :

[1260] *France Aviation*, n°177 août 1969.

[1261] Jean-Michel Spill, *opus. cit.*

[1262] Rapport d'activité du conseil d'administration, 1971, archives du musée Air France.

[1263] Rapport d'activité du conseil d'administration, 1972, archives du musée Air France.

[1264] *France Aviation*, n°211, juin 1972.

	Propriétaires	Locataires	Voiture personnelle	Transport de la compagnie	Transports en commun
PNT P	83,9 %	14,7 %	90,2 %	8,4 %	1,2 %
PS P	45,4 %	45 %	73,7 %	13,8 %	9,5 %
PNC P	52,7 %	41,4 %	72,8 %	18,9 %	6,0 %

Tableau n°5: les moyens de transport du personnel d'Air France. Tableau réalisé avec les chiffres donnés par *France Aviation*, n°211, juin 1972

Outre les éclairages sociologiques qu'apporte ce tableau, on observe chez les PNT une plus grande dépendance à la voiture personnelle ; la plupart habitent dans les banlieues sud et n'envisagent donc pas un déplacement supplémentaire. Les syndicats de pilotes lancent une vaste campagne de « boycott » des nouvelles infrastructures. Le 23 mars, au retour d'un vol depuis Pointe-à-Pitre, le commandant de bord M. Satgé choisit de ne pas atterrir à Roissy malgré le plan de vol. Il est sanctionné pour faute grave et menacé de licenciement, fait extrêmement rare à Air France. À l'appel du SNPNL et du SNOMAC (Syndicat des officiers navigants), le PNT lance une grève de huit jours à compter du 9 avril 1974, date du conseil de discipline de leur collègue[1265]. Sa révocation le 12 avril, soit son licenciement sans préavis ni indemnités, amènent les grévistes à durcir le mouvement. Après une semaine de perturbations intenses (70% de fonctionnement des long-courriers B 707 et 25% des moyen-courriers en pleine semaine de Pâques[1266]), les pilotes se prononcent pour la poursuite du mouvement tout en appelant à son extension. Le conflit s'apaise à la suite d'une réévaluation des indemnités de transport pour le PNT. Les syndicats lèvent leur boycott[1267]. Cet épisode conflictuel témoigne de la puissance du syndicat des pilotes, capable de mobiliser, de rallier et de faire plier la direction hors de tout cadre contractuel. D'après la présidence, ce mouvement a coûté 90 millions de francs à la compagnie[1268]. Au-delà de l'aspect social, le déménagement douloureux d'une partie de l'activité à Roissy implique une restructuration complexe des plannings de vol et de la logistique du trafic aérien.

[1265] *Le Monde*, 10 avril 1974.

[1266] *Le Monde* 15 avril 1974.

[1267] *Le Monde*, 30 avril 1974.

[1268] Rapport d'activité du conseil d'administration, 1974, archives du musée Air France.

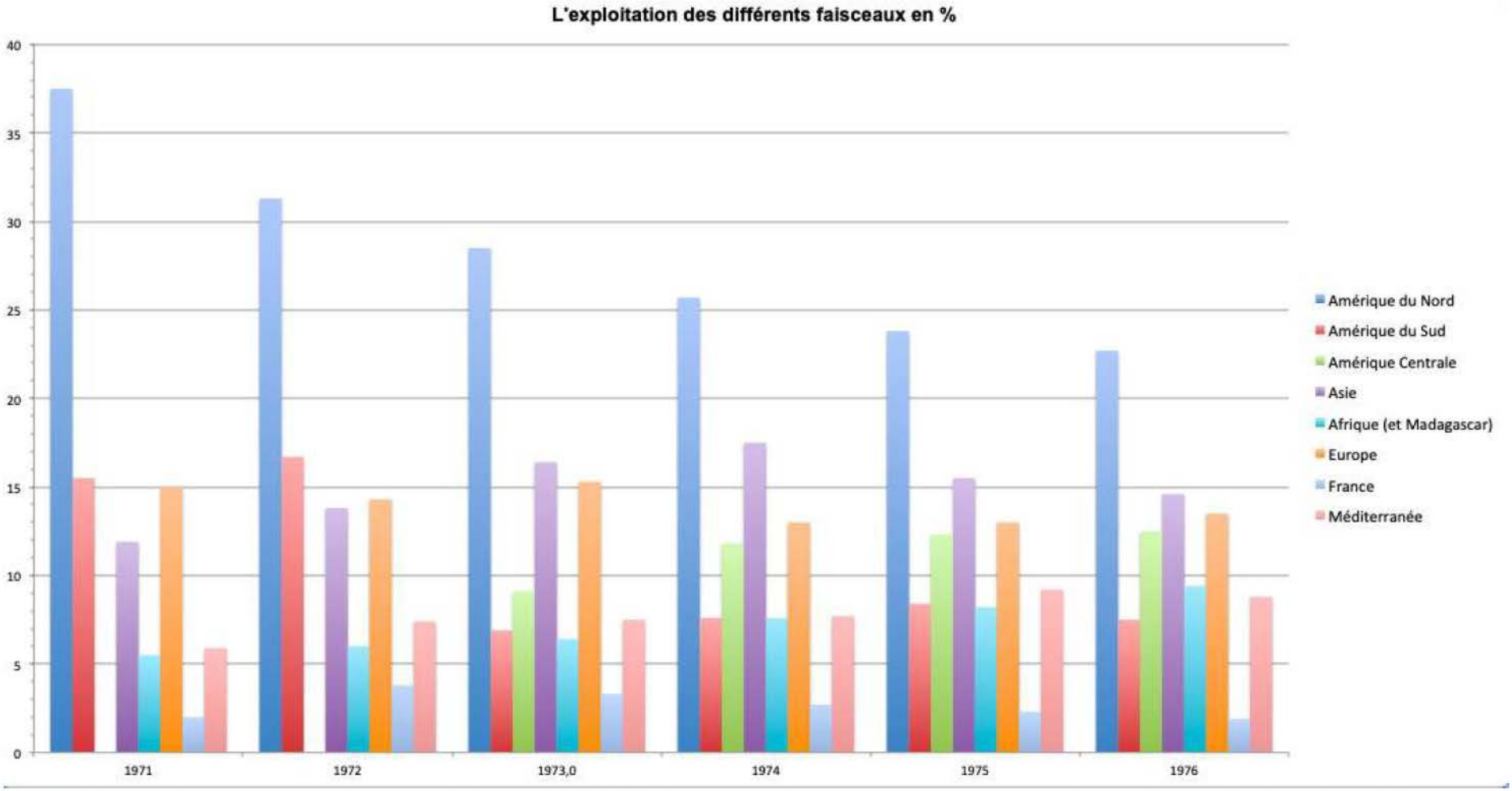
Les résultats positifs qu'enregistre Air France depuis 1964 (sauf pour 1968 et 1971) s'expliquent en partie par la longueur de son réseau[1269]. En 1976, elle est le deuxième transporteur européen derrière British Airways[1270]. La compagnie s'insère dans la nouvelle distribution des flux touristiques et économiques internationaux, en considérant notamment l'essor de l'Asie sur le marché du tourisme international. L'ouverture de la ligne transsibérienne entre Paris et Tokyo le 9 avril 1970 représente un atout majeur : le Japon est un « *marché explosif* », où le taux de croissance annuel des voyages aériens se situe entre 25% et 45% depuis 1964. Air France y bénéficie d'une plus-value nationale engageante, car, à la différence des publics occidentaux, la clientèle japonaise associe plus volontiers à la compagnie nationale des représentations touristiques historiques : « *romantisme, élégance, capitale de la culture européenne, le style, le bon sens* »[1271]. En comptant une escale à Moscou, cette nouvelle ligne permet de relier les deux capitales en 13h25 avec le Boeing 707[1272]. Sur la décennie 1970, on observe une certaine homogénéisation de l'activité internationale d'Air France (voir graphique n°9) :

[1269] *Ibid.*

[1270] Rapport sur la gestion des comptes d'Air France entre 1974 et 1976, réalisé par la commission de vérification des comptes des entreprises publiques, 1976, archives Air France.

[1271] D'après l'enquête « image de marque » lancée auprès de la COFREMCA. Enquête passager réalisé par G. Perol, 1973. Archives du musée Air France.

[1272] *France Aviation*, n°185, avril 1970.



Graphique n°9: la répartition des faisceaux d'exploitation d'Air France. Données rassemblées à l'aide des rapports d'activité entre 1970 et 1977[1273]

[1273] Seuls les voyages sur les faisceaux significatifs sont pris en compte dans ce graphique : est représenté environ 90% de l'activité totale de la compagnie pour chaque année. Les 10% manquant concernent la part du trafic vers l'Océan Indien, le golfe Persique, ou un trafic spécifique à l'Amérique du Nord – Antilles comptabilisé en tant que tel (notamment en 1974). L'administration rassemble également le secteur « Divers » renvoyant à une activité charter ou des vols dans le cadre de missions spécifiques. Nous arrêtons notre étude à 1976 car la publication des données statistiques change de nature à partir du rapport de 1978 (les performances de chaque secteur ne sont plus exprimées en pourcentage).

Au cours des années 1970, Air France tend vers une meilleure ventilation des vols transatlantiques. L'apparition d'un nouveau faisceau spécifique nommé « Amérique Centrale » (incluant la zone du Mexique jusqu'aux frontières de la Colombie) témoigne d'une grande perspective de développement, notamment sur le tourisme caribéen, avec, entre autres, le déploiement d'un Boeing 747 sur la ligne Paris-Haïti en 1973[1274]. Si les voyages vers l'Amérique du Nord représentent près de 40% de l'activité totale en 1970, ils tombent à 22% en 1976. À l'inverse, le trafic vers l'Amérique latine gagne 5 points. Air France se fixe des objectifs de rentabilité de lignes locales, comme celles vers les Antilles qui assurent 65,9% de remplissage en 1976[1275]. La compagnie développe particulièrement son activité vers l'Asie, vers le continent africain et vers les nouvelles zones touristiques (les îles du Pacifique, les Caraïbes et Madagascar). Ces dernières bénéficient d'un afflux touristique particulièrement rapide selon l'Union internationale des organismes officiels de tourisme (UIOOT), qui y projette le plus fort taux de croissance touristique annuelle jusqu'en 1980[1276]. Le développement des lignes asiatiques est un point de satisfaction remarqué par le conseil d'administration, notamment au regard de ses bons coefficients de remplissage[1277]. L'activité sub-saharienne double en 7 ans : elle représente 5,5% de l'activité totale en 1971, contre 9,5% en 1976. Elle bénéficie d'un afflux touristique financé par la compagnie, à travers un investissement conséquent dans l'infrastructure hôtelière locale. On observe un élan similaire vers l'Afrique du Nord et la Méditerranée, qui passent de 5,9% à 8,8%. Ce développement n'échappe pas à l'administration publique. Dans une note interne à la DGAC, R. Espérou salue sans ambiguïtés le profit tiré du « *maintien des situations privilégiées coloniales (DOM TOM) et néocoloniales (Afrique du Nord, Afrique Noire)* »[1278]. On observe l'importance de l'influence post-coloniale dans le développement du marché national africain. Dans une étude sur le transport aérien du Maghreb publiée en 1972, Elie Rieumas compte 242 allers-retours hebdomadaires vers la France depuis l'Algérie, le Maroc ou la Tunisie. La France est le pays qui draine le plus l'activité aérienne maghrébine, juste derrière le Maroc qui totalise 279 allers-retours[1279]. L'activité long-courrier reste largement majoritaire chez Air France. Elle se stabilise autour de 70% du volume d'activité total sur la séquence. Le déploiement des gros-

[1274] Rapport d'activité du conseil d'administration, 1973, archives du musée Air France.

[1275] Rapport d'activité du conseil d'administration, 1976, archives du musée Air France.

[1276] *France Aviation*, n°216, décembre 1972.

[1277] Rapport d'activité du conseil d'administration, 1973, *opus. cit.*

[1278] Note sur l'orientation commerciale d'Air France, R. Espérou, au service des transports aériens de la DGAC, 2 août 1979, musée Air France.

[1279] Elie Rieumas, « Maghreb et transport aérien », *Monde arabe*, 1972, n°54, pp. 31-40

porteurs sur moyen-courrier, à travers le premier Airbus en 1974, permet de dynamiser le tourisme vers les destinations du Moyen-Orient. La guerre du Kippour entre 1973 impacte cependant le développement des politiques commerciales, dans un secteur profondément marqué par les intérêts impérialistes de la guerre froide.

En plus de la guerre, le choc pétrolier de 1973 multiplie le coût du baril par 4 pour les compagnies aériennes au début 1974. La présidence d'Air France annonce que « *de toutes les difficultés rencontrées, c'est bien celle due à la crise du pétrole qui est la plus grave et la plus durable* » [1280]. Sur le court terme, la compagnie cherche à dynamiser l'usage des appareils équipés de moteurs à double flux, moins gourmands en kérosène. Seuls les Boeing 747 et l'Airbus répondent aux critères d'économie, ce qui encourage davantage Air France à renouveler sa flotte (voir tableau n°6) :

	31 décembre 1970	31 décembre 1979
Boeing 747	4	25
Boeing 707	33	17
Boeing 727	16	20
Boeing 737	/	1
Caravelle SE-210	44	16
Airbus	/	14
Bréguet	3	/

Tableau n°6 : évolution de la flotte d'Air France. D'après les chiffres publiés dans les rapports d'activité[1281].

À l'image de l'arrivée de la réaction en 1960, le renouvellement de la flotte vers des avions à large fuselage est avant tout une nécessité concurrentielle. Il s'agit de remplir les gros-porteurs au maximum tout en diminuant les services proposés[1282]. La détérioration de l'économie occidentale, sur fond de choc pétrolier et de contexte inflationniste, ralentit le développement du marché aérien. Ce dernier accuse des chiffres de croissance inférieurs à ceux de la décennie précédente. La présidence d'Air France exige des « *contreparties*

[1280] *Ibid.*

[1281] Ces chiffres ne rendent pas compte de la séparation entre activité commerciale et l'activité de fret, ni des différents modèles utilisés par la compagnie. Pour plus de détail, se référer à la table des graphiques et des tableaux.

[1282] Rapport d'activité du conseil d'administration, 1978, archives du musée Air France.

légitimes » de l'État pour pouvoir assumer le fonctionnement de l'entreprise, notamment concernant le lancement de la campagne Concorde[1283]. Finalement, pour faire face à cette conjoncture assombrie, la compagnie nationale renforce deux axes stratégiques amorcés dans les années 1960 : la démocratisation du transport aérien et la diversification de son activité vers l'économie touristique.

4.1.2. La démocratisation ségrégative du transport aérien

La presse d'époque signale très fréquemment une démocratisation du transport aérien et une ouverture aux classes moyennes, voire aux plus précaires. Comme le souligne Yoann Demoli et Jeanne Subtil, le terme de démocratisation est à nuancer. Contrairement à ce que suggère le discours dominant, il ne s'agit pas d'une démocratisation quantitative, qui consisterait en une augmentation uniforme des chances de prendre l'avion. Il serait plus correct d'utiliser le terme de « démocratisation ségrégative », soit un grossissement du service aérien accompagné par une différenciation aigüe des pratiques et des usages[1284].

4.1.2.1. L'échec de l'ouverture sociale de l'aviation

La nouvelle année 1970 signe le début de la « campagne France ». Air France cherche à inscrire l'usage de l'avion dans le quotidien des Français·e·s : « *le principe de cette action est d'amener l'avion au public et de le lui présenter comme un objet de consommation courante* »[1285]. Commencée à Toulouse le 16 janvier 1970, cette mobilisation vise 10 métropoles régionales. Elle compose avec des films publicitaires, des cortèges de voitures promotionnelles, des soirées Air France, des colloques dans les chambres de commerce, des conférences touristiques, ou encore l'installation de stands officiels dans les grands magasins. Suivant le principe « *c'est dans les rues que nous toucherons le public qui ne connaît pas encore l'avion* », la représentation régionale Paris-Passages organise même un rallye cycliste dans les rues de Versailles, ou encore un défilé de majorettes dans le centre-ville de Montpellier[1286].

[1283] Rapport d'activité du conseil d'administration, 1976, *opus. cit.*

[1284] Yoann Demoli et Jeanne Subtil, « Boarding Class, mesurer la démocratisation du transport aérien en France (1974-2008) », *in Presses Universitaires de France, Sociologie,* n°10, 2019, pp. 131-151

[1285] *France Aviation*, n°183, février 1970.

[1286] *France Aviation*, n°187, juin 1970.

Le symbole de cette campagne est « François », imaginé comme le « Mr. Tout le monde » par l'affichiste Savignac. C'est un jeune homme souriant, cheveux ébouriffés et mallette Air France à la main, qui prend la forme d'un avion au décollage en étendant les bras et resserrant les jambes. Remportant un grand succès, Savignac reçoit le prix national de l'affiche grâce au « petit François »[1287]. Il symbolise cette France provinciale qui n'a pas encore pris l'avion. François doit convaincre que le voyage aérien n'intéresse plus le seul public privilégié, mais bien cette grande classe moyenne devenue le socle des politiques économiques dans les années d'après-guerre[1288]. L'édition d'un « petit livre bleu » sur l'aviation en mars 1970 poursuit les mêmes thématiques. Il argumente en faveur de la facilité et de la simplicité qu'offre l'aviation à travers le slogan : « *faites comme tout le monde, prenez l'avion* »[1289]. France Aviation publie même une photo du « *François type* » qui intéresse les campagnes commerciales de la compagnie. On reconnaît dans ce père de famille le symbole d'une France sortie de la ruralité, censée découvrir les bienfaits de la modernité (voir illustration n°39).

[1287] *France Aviation*, n°185, *opus. cit.*

[1288] Julien Damon, « Les classes moyennes : définition et situation », *Études,* 2015, tome 416, pp. 605-616

[1289] *France Aviation*, n°184, mars 1970.

Illustration n°41 : la nouvelle clientèle d'Air France. Famille de l'Hérault qui effectue son baptême de l'air, photo de *France Aviation* n°187, juin 1970.

À la suite de « Mr. François », Air France tente de capter des secteurs de marché encore plus définis, comme le « 3ème âge » ou « les Jeunes ». Dans les années 1960, les entreprises identifient ces dernier·ère·s comme un nouveau moteur de la consommation. Les générations d'après-guerre se construisent une identité commerciale particulière, notamment la jeunesse estudiantine et lycéenne, qui fabrique à travers les mouvements anti-autoritaires des années 1968 une culture subversive[1290]. Les sondages d'opinion et les démarchages commerciaux participent également à la sectorisation de ce marché, en ciblant des besoins, des perspectives professionnelles et des valeurs spécifiques[1291]. La campagne intitulée « Air France Jeune » en 1974 signe le ralliement de l'ensemble des actions menées à destination des générations du baby-boom, soit des jeunes adultes entre 20 et 30 ans. La compagnie

[1290] Anne-Marie Sohn, « Chapitre 49 : la jeunesse un mouvement social ? », dans Michel Pigenet, Danielle Tartakowsky (dir.), *Histoire des mouvements sociaux, de 1814 à nos jours*, La Découverte, Poche, 2014, 800 p.

[1291] Christian Maroy, « Les jeunes de 1964, 1968, 1980 : trois générations vues par les sondages », *Courrier hebdomadaire du CRISP,* 1982, n°956-957, pp. 1-42.

s'identifie comme le « *leader dans les conférences IATA pour proposer une ouverture aux jeunes* », notamment avec une réduction des billets pouvant aller jusqu'à 60% du prix original. Les tarifs Jeunes créés en 1971 sont revalorisés, notamment en proposant des garanties que n'offrent pas les charters, comme le remboursement des billets[1292].

Les efforts motivés dans le sens de l'ouverture sociale n'ont que peu d'effets réels. À en croire *l'Enquête nationale transport* de l'INSEE réalisée en 1974, l'avion est encore un moyen de transport surreprésenté dans les classes supérieures. En s'intéressant à la clientèle des compagnies aériennes françaises, l'enquête statistique prouve nettement que le profil sociologique majoritaire d'un usager est celui d'un homme au fort capital économique. Les deux derniers déciles de la population (P 80 – 100, soit les 20% qui possèdent le plus haut niveau de revenu) représentent à eux seuls 50,5% du volume des passager·ère·s aériens. Les 1% des plus riches en représentent 4,6%. Comparativement, l'ensemble des déciles P 0 – 50, soit les cinq niveaux de revenus les plus faibles, ne totalise que 22% du volume total des voyages. En termes socio-professionnels, les agriculteur·ice·s ne prennent globalement pas l'avion (0,8%), les ouvrier·ère·s et les étudiant·e·s ne constituent qu'un fragment marginal de l'activité aérienne française (respectivement 9% et 4,9%) et les petit·e·s commerçant·e·s ou artisan·ne·s ne voyagent pas beaucoup par la voie des airs (6,7%). Les classes les plus surreprésentées sont les cadres et les professions intellectuelles supérieures (19,6%), les professions intermédiaires (15,3%) et les retraité·e·s rassemblé·e·s sous le nom « d'inactifs » (31,2%)[1293]. Les hommes constituent 57,8% de la clientèle totale. C'est avant tout le voyage d'affaire qui prédomine. L'enquête indique que 43% des voyages ont un motif professionnel en 1974. On retrouve donc une dominance du sociotype « homme d'affaire » au cours des années 1970, malgré les différentes politiques commerciales attachées à désenclaver l'usage de l'aviation.

En terme d'usage réel du transport aérien en France – calculé par une enquête qui s'intéresse aux pratiques de la totalité de la population française –, l'aviation reste une pratique minoritaire et fortement inégalitaire. Cette étude montre que le vol commercial n'est encore que peu inséré dans la consommation française. En 1974, seules 4,5% des femmes ont pris l'avion au cours des deux dernières années, contre 6,5% des hommes. La distribution en fonction de l'âge suit une courbe de Gauss avec un pic pour les 30-39 ans. Les plus jeunes et

[1292] *France Aviation,* n°235, juillet / août 1974.

[1293] Tableaux complets disponibles dans l'article de Yohann Demoli et Jeanne Subtil, *opus. cit.*

les plus âgé·e·s volent moins souvent que les actif·ve·s : 9,5% des 30-39 ans ont pris l'avion au cours des deux années précédentes contre 3,2% chez les moins de 18 ans et 2,3% chez les plus de 70 ans. Plus marqué encore, l'avion reste un moyen de transport inscrit dans les pratiques sociales de la haute bourgeoisie, mais presque inexistant dans les classes travailleuses. Plus les gens sont riches, plus ils ont de chance de prendre l'avion. La distribution en fonction du revenu suit une courbe exponentielle, dont l'augmentation est nettement marquée à partir du décile P 80-90 : seul·e·s 2,5% des personnes appartenant au décile le plus pauvre ont pu prendre l'avion au cours des deux années précédents l'enquête, contre 40,1% du 1% des plus riches. Ces chiffres sont corroborés par l'accès aux pratiques aériennes en fonction de la profession exercée : 38,3% des cadres et des professions supérieures et diplômées ont volé au moins une fois, tandis que la statistique s'abaisse à 0,6% des agriculteur·ice·s, 3,4% des ouvrier·ère·s, 3,4% des « inactif·ve·s », 6% des étudiant·e·s.

Ce tableau sociologique révèle combien la clientèle riche est déterminante dans la santé financière de la compagnie nationale. Malgré le bras tendu vers les classes moyennes, elle continue finalement à s'intéresser prioritairement à la clientèle « *haute contribution* », définie comme « *la clientèle qui apporte la recette unitaire la plus élevée* », parce qu'elle se déplace fréquemment en acceptant la tarification la plus haute[1294]. Il s'agit plus prosaïquement des voyageur·euse·s Première classe, des passager·ère·s payant plein tarif en classe Économique ou, à partir de janvier 1976, des passager·ère·s Concorde. Elle représente probablement un tiers de la clientèle totale d'Air France. Cette dernière reste la compagnie qui attire le plus les clientèles Première classe : en 1975, 14,3% du total de cette clientèle choisit la compagnie française contre 10,5% pour British Airways ou encore 8,7% pour la Lufthansa[1295].

Comme le rappellent les responsables commerciaux de la compagnie, la fidélisation de cette clientèle doit compenser l'abaissement tarifaire des offres promotionnelles[1296]. Un fascicule daté probablement de 1976 incite le personnel à récolter des informations sur cette clientèle spécifique et privilégiée. L'ensemble du personnel commercial doit se mobiliser dans le traitement des « *informations passagers* » disponibles : analyse de réseau, analyse des entreprises clientes d'Air France, traitement des Cartes Passagers en vol, etc.[1297]. La stratégie

[1294] Fascicule « La clientèle Haute Contribution », non daté, archive du musée Air France.

[1295] *France Aviation*, n°244, mai 1975.

[1296] Rapport d'activité de 1970, *opus. cit.*

[1297] Fascicule « La clientèle Haute Contribution », non daté, archive du musée Air France.

de fidélisation consiste à fournir un service d'exception, suffisamment personnalisé pour donner un sentiment d'unicité et de prestige, tout en communiquant sur l'existence de tels services pour les rendre visibles – et prestigieux – aux yeux du grand public. Air France propose le « Service Plus » en 1972, s'adressant aux personnes totalisant plus de 15 vols internationaux à l'année[1298]. « Le club des 2000 », créé en 1960, fidélise une clientèle à la haute importance sociale, sans regard pour sa fidélité vis-à-vis de la compagnie. Les cartes membres activent un ensemble de privilèges : service de réservation de taxis, embarquement prioritaire, réservation automatique pour toute demande faite sur les hôtels Méridien, facilitations avec d'autres compagnies, etc.[1299]. Ce sont sur les voyages d'affaire qu'Air France déploie ses efforts marketings. Charline se souvient « *de lignes business* » remplies à « *80% ou 90% d'hommes* », notamment sur les Paris – Londres ou les trajets vers l'Allemagne[1300]. Comme le signale la direction générale, cette stratégie de fidélisation des hommes d'affaires s'explique par les avantages qu'offrent le transport aérien, immédiatement perceptibles par le monde entreprenarial. Le gain de temps, la multiplication des destinations et la réduction de la fatigue sont trois arguments qui résonnent dans un milieu où l'internationalisation de l'activité est devenue souvent nécessaire[1301]. Enfin, cette clientèle reste déterminante dans la politique de tarification des compagnies IATA, si on en croit l'analyse marginaliste de la consommation à la base de l'élaboration tarifaire des billets d'avion[1302].

4.1.2.2. L'ambivalence des campagnes commerciales, du Concorde aux Vols Vacances

L'aviation civile doit être, plus que jamais, un marqueur social. Prendre l'avion devient une forme de rite de passage. La segmentation de l'offre par le haut et par le bas est

[1298] *Memovol,* mai 1975.

[1299] *France Aviation*, n°252, février 1976.

[1300] Entretien avec Charline, *opus. cit.*

[1301] Compte-rendu des réunions tenues au CTAF, « Etudes des remèdes à la crise du transport aérien », 1972, Archives Nationales.

[1302] D'après le rapport du SGAC, note sur « une méthode desserte et tarification du transport aérien », 1974, disponible aux Archives Nationales. Extrait du rapport rédigé par Jacuqes Guerber, « tarification du transport aérien ».

une stratégie que le secteur du luxe adopte volontiers[1303]. Le service Première classe se démarque à mesure que se multiplient les offres tarifaires venant élargir la consommation « du bas ». Prendre l'avion est une pratique sociale participante de la stratification de la société, à tel point qu'elle est devenue une forme institutionnalisée et objectivée du capital culturel. En 1971, une série de campagnes commerciales, confiées à l'agence U&O, propose des thématiques largement axées autour du prestige social. Nommée « Hublot » pour son style qui reprend l'unité graphique du Boeing 747, la campagne propose notamment le slogan suivant « *L'avion est réservé à une « élite »… quand partez-vous ?* ». « Hublot » est destinée au public encore peu conquis à l'aérien, en insistant sur un devenir social prestigieux[1304].

Le lancement de la campagne Concorde s'inscrit pleinement dans cette dynamique de distinction sociale. Dès 1963, Air France pose 6 options de commande sur le nouveau projet supersonique[1305], dont l'avancée est régulièrement commentée par la revue d'entreprise : on compte 8 articles parus dans *France Aviation* avant le vol essai du Concorde en mars 1969, et 17 articles entre 1970 et sa mise en service officielle en janvier 1976. La fabrication du Concorde symbolise l'indépendance technologique française (ou du moins franco-britannique) dans un contexte de guerre froide, et valorise l'industrie aéronautique toulousaine[1306]. Objet de fascination qui dépasse le champ de l'aéronautique, la mise en service de Concorde vient consacrer la modernité technicienne selon les mécanismes que nous avons déjà soulignés ; la haute technicité de l'appareil s'accompagne systématiquement du champ lexical propre à la vitesse, à la facilité, au confort et au prestige social[1307]. Air France renforce largement ce dispositif par les nombreuses campagnes commerciales qui accompagnent le lancement de l'appareil : célébré pour aller « *plus vite que le soleil »,* le Concorde est également associé au « *prestige à la française* »[1308]. La clientèle Concorde bénéficie d'un service privilégié, dont le circuit évite les formalités administratives traditionnelles. À toute les étapes de la réservation, Air France marque la différence : le billet est remis dans « *une élégante pochette* », la clientèle est accueillie au départ par des hôtesses

[1303] Bruno Cousin et Anne Lambert, « Grandes fortunes et service personnels », *Actes de la recherche en sciences sociales,* n°230, Mai 2019, pp. 4-11

[1304] *France Aviation*, n°198, mai 1971.

[1305] Rapport d'activité 1963, *opus cit.*

[1306] Jean-Marc Olivier, *1969 ; Concorde, premier vol*, Éditions Midi-Pyrénéennes, Collection Cette année-là, 2018, 48 p.

[1307] *Le Monde,* 10 juin 1974.

[1308] *France Aviation*, n°251, janvier 1976.

au sol, elle dispose de salons exclusifs, d'une barrière policière spécifique et d'un « *divertissement gastronomique* » unique[1309]. L'ensemble de l'entreprise et de ses filiales est sollicité pour la campagne, en accueillant par exemple une conférence promotionnelle dans des hôtels à l'étranger[1310]. La compagnie renforce son rôle d'ambassadrice de la nation, en associant l'avion aux voyages présidentiels, comme le fut la Caravelle dans les années 1960[1311]. Les résultats d'exploitation sont bons. D'après la presse d'entreprise, « *les premiers vols du concorde sur Rio/Paris renforcent le prestige d'Air France en confirmant sa réputation de Compagnie moderne, à l'avant-garde de la technique* »[1312]. À bord de l'avion, on retrouve sans surprise une majorité d'hommes d'affaire (à 65% sur les vols Paris-Rio), capables d'assumer une hausse tarifaire de 20% par rapport aux prix des Premières classes sur vol subsonique. En 1979, le Concorde enregistre 91 475 passager·ère·s avec un coefficient d'occupation de 61,1%[1313]. Malgré le petit nombre de passager·ère·s (notamment la première année de son exploitation où le chiffre ne dépasse pas 30 000), Air France multiplie les enquêtes et les questionnaires. Il s'agit de « *définir la clientèle Concorde et son comportement* » avec précision. Elle se compose d'un marché principalement européen et habitué du service aérien, signe d'une clientèle d'autant plus exigeante[1314]. La direction annonce une victoire commerciale du service Concorde[1315]. Ce dernier se démarque par cette association entre la technicité et le luxe, confirmant la trajectoire empruntée par le narratif moderne : le machmètre installé en cabine connaît un grand succès et plusieurs passager·ère·s se photographient à ses côtés[1316]. Selon l'étude menée par l'ICOM, le Concorde signe « *le renouveau du transport aérien* » pour cette clientèle bourgeoise, désabusée de l'ouverture tarifaire, qui identifie un mouvement de décadence de l'aviation commerciale devenue un « *univers déshumanisé* » [1317]. Air France cherche à traiter cette clientèle selon une formule que

[1309] *ibid*.

[1310] *France Aviation*, n°253, mars 1976.

[1311] *France Aviation*, n°256, juin 1976.

[1312] *France Aviation*, n°257 juillet 1976.

[1313] Rapport d'activité du conseil d'administration pour l'année 1979, archives du musée Air France.

[1314] Enquête auprès des passagers Concorde de la ligne Paris-Rio, direction promotion et planification commerciale, 2 juillet 1976, archives nationales, fonds Air France, côte 20160117/6-9

[1315] Directive n°4/76, « objectif de qualité de service », direction générale, 2 avril 1976, archives du musée Air France.

[1316] Synthèse globale des vols « Concorde Endurance », direction du transport, 1er octobre 1975, archives nationales, fonds Air France, côte 20160117/6-9

[1317] Étude de motivation sur les vols Concorde, ICOM, septembre 1977, archives nationales, fonds Air France, côte 20160117/6-9

cette dernière apprécie énormément : « *à grands voyageurs, traitement d'exception* »[1318]. En accompagnant les premiers services Concorde, Marie se souvient avec émotion de la qualité du service à bord : *[Les passagers] entraient à l'intérieur et on offrait le champagne, les petits fours, etc. (...). C'était des services de grand luxe* »[1319].

À l'autre bout de la chaîne, la politique de tarification d'Air France tente d'élargir la base de sa clientèle, notamment à travers des tarifs Jeunes ou des tarifs Excursion. En 1979, la compagnie décide de lancer les vols Vacances. Cette exclusivité Air France cherche à répondre à l'offensive tarifaire états-unienne amplifiée par la « Sky Train », soit un ensemble de propositions à bas-coûts (« Budget », « Stand-by », etc.). Les vols Vacances sont destinés aux touristes en période estivale ; les prix sont inférieurs à 60% des tarifs Économiques sur les destinations long-courriers, évalués à 17 centimes le kilomètre[1320]. Cette réduction drastique se fait en économisant sur le service à bord, réduit à son essentiel. La politique de vente est par ailleurs facilitée. Tous les billets sont vendus au même prix de façon à accélérer le processus de réservation, disponible dans toutes les agences et appuyé grâce à un numéro de téléphone spécial. En été 1979, Air France propose ainsi 8 vols hebdomadaires vers les Antilles qui en période creuse coûtent 2000 francs l'aller-retour (soit 1110 euros de 2023).

En 1981, le Nouveau service européen remplace la Première classe par une section Affaire sur l'ensemble des moyen-courriers. En enregistrant des coefficients de remplissage très bas (35% sur la Première classe moyen-courrier en 1980), Air France favorise l'ouverture tarifaire tout en poursuivant une politique de distinction sociale[1321]. Situé·e·s à l'avant des Boeing 727 et des Airbus, les bénéficiaires de ce service possèdent des avantages préférentiels (embarquement, collation / repas de « *haut niveau* », ventes hors taxes, etc.), même si le prix 20% plus avantageux que l'ancienne classe conditionne certaines amputations dans le service de luxe, signalées comme « *superflues* ». La direction commerciale espère reconvertir l'ancienne clientèle Haute Contribution, tout en l'élargissant à des publics moins dispendieux. À l'arrière, la classe Économique profite également de réductions tarifaires jusqu'à 60% si les passagers achètent l'aller-retour sans possibilité de modification du voyage. Le Nouveau

[1318] Étude de motivation sur les vols Concorde, ICOM, septembre 1977, archives nationales, fonds Air France, côte 20160117/6-9

[1319] Entretien avec Marie, *opus. cit.*

[1320] *France Aviation,* n°284, janvier 1979.

[1321] « Le nouveau service européen », service de l'information à la direction générale, mai 1981, archives du musée Air France.

Service Européen consacre « *cette offensive d'Air France, qui va dans le sens d'une conception rénovée du transport aérien, mieux adaptée aux attentes des consommateurs (...), est une application globale au secteur européen de sa politique qui vise à offrir à son juste prix un service de qualité* »[1322]. À partir de juin 1981, le vol Paris-Londres coûte 1260 francs en classe Affaires (soit 554 euros en 2024), 990 francs pour le tarif de base (435 euros) et 495 francs pour les classes Vacances (217 euros).

Cette double politique tarifaire illustre finalement le paradoxe dans lequel évolue Air France : il faut d'une part massifier le transport aérien pour répondre aux exigences du marché et il faut, d'autre part, conserver cette qualité de service qui permet de fidéliser la classe bourgeoise. En oscillant entre les deux pôles, Air France dilue ce qui constituait son image de marque. Elle renvoie une identité un peu confuse, à la clientèle française comme internationale. Réalisée en interne par G. Perol, une enquête passager de 1973 alerte la direction d'Air France sur cette ambivalence[1323]. Les groupes enquêtés sur le territoire national jugent négativement la compagnie aérienne. Elle semble moins dynamique que ses concurrents et ne cherche pas à s'adapter aux besoins de sa clientèle. En terme d'imaginaire, elle ne s'insère pas dans les pratiques de consommation plus massives et ne rompt pas suffisamment avec son aspect élitiste. C'est par ailleurs la politique *« suiviste »* que les consommateur·ice·s critiquent chez Air France. Elle ne se déplacerait que dans le sillon des concurrents, sans savoir impulser une dynamique propre, à l'image de la campagne commerciale de 1972 réalisée par le cabinet Publicité Havas-Conseil, annonçant en gros titre que « *toutes les compagnies aériennes baissent leur tarif* » mais que seule Air France est capable de fournir un service de bonne qualité[1324]. On reproche également à la compagnie de s'éloigner de son rôle d'ambassadrice de la nation. Mise à part le Concorde, qui s'inscrit dans la valorisation du patrimoine industriel français, l'identité nationale semble s'estomper dans la mondialisation. Paradoxalement, elle n'est pas perçue comme une entreprise de service public, notion fondamentale chez d'autres entreprises nationalisées (comme EDF ou la SNCF), puisqu'elle s'apparente au luxe. On juge finalement la compagnie comme étant trop « *vaniteuse* » ou « *prétentieuse* ». La transformation du voyage aérien vers un transport de masse met en tension l'identité d'Air France. Son succès passé est remis en question : « *on lui reproche d'être attentif aux seules préoccupations du prestige et de rester indifférent aux*

[1322] *Ibid.*

[1323] Enquête passager réalisée par G. Perol. 1973, archives du musée Air France.

[1324] *France Aviation*, n°211, *opus. cit.*

attentes de la masse des passagers orientés vers la simplicité, l'authenticité, la vérité et la chaleur humaine ». La compagnie nationale se retrouve donc prise en étau entre le poids de son héritage et la popularisation de l'objet aérien. Elle réagit en investissant beaucoup plus largement dans les dynamiques commerciales liées au tourisme international. Air France cherche à capter des masses de vacancier·ère·s tout en sécurisant sa clientèle haute contribution à travers une offre hôtelière de qualité.

4.3.1. Entre tourisme de masse et individualisation du rapport au voyage

4.1.3.1. La diversification de l'activité Air France dans l'infrastructure touristique

Nous avons vu qu'Air France s'intéresse à développer le tourisme de masse dès le milieu des années 1960. L'intérêt de cette politique est confirmé par l'explosion des flux touristiques des années 1970. En 1975, on enregistre 26,1 millions de départs en vacances, contre 20,3 millions en 1964[1325]. Selon une enquête de l'Insee, le taux de départ en vacances concerne 45% de la population française en 1969 contre 56% en 1979, représentant le taux de croissance le plus fort enregistré sur la période allant de 1964 à 2004[1326]. Le « droit au loisir » inspire largement les usages sociaux : les dépenses des Français·e·s dans le secteur de la diversion vacancière ont été multipliés par 6 de 1970 à 1984[1327]. Ce grand engouement pour les dépenses vacancières n'est pas tant dû à l'allègement du temps de travail qu'à une modalité de la consommation. Grâce aux politiques d'aménagement de son territoire, notamment de son littoral qui reçoit 45% des vacancier·ère·s en 1980, la France est un modèle européen en terme d'infrastructures touristiques. Le tourisme s'impose comme un secteur clef, dont on connaît l'importance dans le marché industriel (pour les équimentiers de sports d'hiver, ou de matériel de camping par exemple) et dans le marché de service (hôtellerie et restauration). Loin d'être en marge de ces efforts d'aménagement, le secteur aéronautique influence le développement d'un tourisme mondialisé. Il contribue à démocratiser l'imaginaire lié aux destinations « paradisiaques », directement héritées des structures

[1325] Christophe Bouneau, « La promotion de l'économie touristique, levier de la politique d'aménagement du territoire en France des années 1950 aux années 1980 », *Entreprises et Histoire*, n°47, 2007, pp. 98-108

[1326] Laurence Dauphin, Marie-Anne Le Garrec, Frédéric Tadieu, « Les vacances des Français depuis 40 ans », dans *Le tourisme en France,* édition 2008, INSEE références, 2009.

[1327] Christophe Bouneau, *opus. cit.*

coloniales. En 1981, 7 millions de Français·e·s séjournent en dehors de l'hexagone quand celui-ci reçoit plus de 30 millions d'étranger·ère·s[1328].

Lors du colloque de la IATA en novembre 1971, les grandes compagnies considèrent encore le tourisme comme un marché très prometteur qu'il faudrait mieux exploiter. Les chiffres sont en effet éloquents : selon l'UIOOT, le taux moyen de touristes dans le marché aérien s'est accru de 9,3% par an entre 1959 et 1969. L'association comptabilise 181 millions d'arrivées touristiques dans le monde en 1971 et prévoit un chiffre situé entre 250 et 280 millions à la fin de la décennie[1329]. Les compagnies aériennes organisent leur offre au regard du développement de ce marché prolifique ; pour Alitalia, le voyage touristique représente 67% de son trafic régulier[1330]. En 1973 les ouvrier·ères· voyagent à 54 % pour des raisons privées contre 84% en 1981. Ce taux passe de 68% à 77% pour les employé·e·s. Inversement les cadres volent à 24% pour des raisons privées en 1973 (consacrant 76% de leur voyage à des vols professionnels) contre 18% en 1981[1331]. Le tourisme aérien se comprend comme une ouverture des circuits aériens aux classes moyennes.

Pour capter ce qui désormais s'envisage comme une masse de vacancier·ère·s, les compagnies se tournent vers « l'Inclusive Tour ». Cette formule du tout-compris permet d'assumer une nouvelle politique tarifaire. Fabriquée pour les groupes déjà constitués, elle assure des coefficients de remplissage élevés, tout en engageant des billets à moindres coûts. Les associations de transporteurs aériens proposent des formules commerciales suffisamment puissantes pour façonner les imaginaires collectifs : ainsi le groupe Transports Aérien Inclusive Tours annonce le slogan des trois « S » (Sea, Sand, and Sun) au printemps 1971[1332]. Serge Gainsbourg rénove cette formule à travers la chanson à succès « Sea, Sex and Sun » en juin 1978, qui popularise une vision érotisée de la consommation balnéaire[1333]. Cet imaginaire à vocation à se massifier : pour l'agence de voyage britannique Horizon Travel, il s'agit de « *surbooker* » les avions et les hôtels pour faire baisser les prix. L'objectif est de remplir à 100% les avions et à 90% les lits[1334].

[1328] *Ibid.*

[1329] *France Aviation*, n°216, décembre 1972.

[1330] *France Aviation*, n°196, mars 1971.

[1331] Étude de l'Insee, 1974, *opus. cit.*

[1332] *France Aviation*, n°197, avril 1971.

[1333] Serge, Gainsbourg, 1978. « Sea, sex and .sun », dans *Mister Iceberg*, Philippe Lerichomme. 45 tours.

[1334] *France Aviation*, n°197, avril 1971

Air France s'insère dans ce marché à travers deux grandes campagnes d'investissement. La première concerne le développement d'un secteur « tour operateur » à travers sa filiale Sotair (Société de Tourisme Aérien International). Créée en 1968, elle se fait connaître pour organiser des séjours « safari photos » au Kenya, popularisant le « *bain à 25°C et toutes les joies de l'été* » en plein hiver. Elle propose 16 nuitées et un aller-retour en Boeing 707 pour la somme de 1380 Francs – équivalent à 1935 euros en 2023[1335]. C'est la SAFA, compagnie charter d'Air France, qui affrète les vols. En 1970, la création du programme Jet Tour par la Sotair vise à dynamiser le tourisme caribéen. La société investit massivement en Guadeloupe et en Martinique dans des hôtels de luxe et dans des partenariats avec des croisières maritimes. La revue d'entreprise présente la clientèle cible comme une clientèle « de classe moyenne » ; pourtant, le pack complet s'élève à 10 000 francs sans compter les dépenses personnelles – soit un peu plus de 14 000 euros de 2024[1336]. Jet Tour mène en 1971 des campagnes de plus en plus ambitieuses pour la « promotion du tourisme », au Maroc, en Tunisie, au Mexique ou encore aux Antilles. Elle multiplie les destinations dans de nouveaux catalogues imprimés[1337]. En 1972, la société fabrique des voyages à destination d'un public du « 3ème âge » : tarification revue à la baisse, destinations ensoleillées, dispositions spéciales pour les personnes âgées, brochures éditées et distribuées dans les caisses de retraites et dans les amicales, etc.[1338]. Au regard de l'effort commercial déployé, les résultats de Jet Tour ne sont pas significatifs : le modèle tout-compris d'Air France ne capte que 28 000 passager·ère·s pour l'année 1972[1339]. Détenant 70% du capital de la Sotair, la manne financière qu'Air France s'aménage dans le transport charter est presque négligeable en comparaison de son trafic régulier. La compagnie dégage tout de même plus de 250 millions de francs de chiffres d'affaire pour l'exercice 1975, contre près de 5 milliards de francs générés par les recettes du secteur régulier[1340]. La SAFA possède surtout l'avantage d'exister comme un acteur des nouvelles modalités du loisir vacancier, participant à la rénovation de l'image de marque du groupe. En 1974, Sotair lance également la marque Jumbo pour s'insérer dans un marché « Jeunes ». La stratégie est de cibler le public estudiantin des quartiers latins, en y insérant une agence, accompagnée d'une campagne d'information

[1335] *Le Monde*, 14 octobre 1968.

[1336] *France Aviation, n°*185, avril 1970.

[1337] *France Aviation*, n°198, mai 1971.

[1338] *France Aviation*, n°206, janvier 1972.

[1339] *France Aviation*, n°222, juin 1973.

[1340] Rapport d'activité du conseil d'administration pour l'année 1975, archives du musée Air France.

massive sur Paris. Fait remarquable à l'heure de la construction d'un tourisme de masse, l'identité de Jumbo se construit autour « *des amateurs de tourisme indépendant* »[1341]. En avril 1978, la revue Jumbo propose notamment de « *voyager loin des hordes* », en vélo autour d'Israël, en bateau dans les Cyclades, à pied au Népal[1342]. En 1981, la Sotair devient le premier organisateur de voyages groupés en France en totalisant 183 000 client·e·s (Jet Tour et Jumbo confondus), grâce aux destinations les plus attractives comme le Maroc, les États-Unis, les Antilles, le Sénégal et Israël[1343].

Le deuxième grand volet stratégique qu'ouvre le groupe Air France est le développement de sa politique hôtelière. En 1971, la compagnie crée la chaîne Hôtel France International en visant deux principes : « *offrir aux passagers aériens (et particulièrement ceux de la Compagnie Nationale française) le logement conforme à leurs goûts et à leurs besoins* », soit améliorer le standing des séjours touristiques sur l'hexagone, et « *valoriser dans le domaine hôtelier le portefeuille Air France* », soit confirmer une diversification de son activité touristique[1344]. En 1971, Air France investit à hauteur de 136 millions de francs dans différentes participations. Si plus de 45% de cet investissement irrigue le secteur aérien des transports et des compagnies affiliées (comme Air Inter, Air Madagascar, Air Charter International ou Air Djibouti)[1345], le tiers de cet investissement (33,23%) concerne les sociétés touristiques et hôtelières, comme la Sotair et Hôtel France International. En 1972, Air France participe directement à la construction d'infrastructures hôtelières via sa nouvelle chaîne « Méridien ». Cette dernière se propose d'être une solution au problème de l'hôtellerie parisienne que la présidence d'Air France dénonce depuis le début des années 1960. Le premier hôtel Méridien à Porte Maillot est spécialement conçu dans l'accueil de colloques ou de conventions, en proposant plus de 1000 chambres, 5 restaurants, un night club, deux bars et une garde d'enfant[1346]. L'hôtel se revendique d'une nouvelle modernité et articule son offre autour d'un service de haute gamme (saunas, solarium, gastronomie, etc.), afin de prolonger l'image de marque d'Air France. Il accueille les grands évènements de la compagnie, comme

[1341] *France Aviation*, n°235, juillet / août 1974.

[1342] *France Aviation*, n°276 avril 1978.

[1343] *Le Monde*, 28 novembre 1981.

[1344] *France Aviation*, °199, juin 1971.

[1345] Rapport d'activité de 1971, *opus. cit*. Attention, l'investissement est très variable : la compagnie française possède 100% du capital d'Air Charter International, mais seulement 17,74% d'Air Algérie.

[1346] *France Aviation,* n°211, juin 1972.

la 19ème conférence des représentants commerciaux d'Air France la même année[1347]. L'hôtel niçois, ouvert en 1974 suit le même schéma : 444 chambres et 800 places pour l'accueil d'évènements, comptant une discothèque et des restaurants[1348]. La chaîne hôtelière d'Air France va surtout investir et s'implanter dans les secteurs à forte croissance touristique, encore dépourvus d'infrastructures, capables de résister à la hausse d'une fréquentation occidentale. Deux hôtels ouvrent en Martinique et en Guadeloupe au printemps 1973, dotés de 280 chambres, de piscines, de marina ou d'un casino[1349]. En 1975, le groupe dispose de 6000 chambres et devient la première chaîne « quatre étoiles » d'Europe occidentale[1350]. Son chiffre d'affaire élevé (350 millions de francs pour l'exercice 1976) s'explique par de très bons taux de remplissage : l'hôtel du Caire indique 85,2% de taux d'occupation à l'année[1351]. En 1976, la chaîne permet l'ouverture d'établissements sous franchise et multiplie ainsi sa présence dans le monde entier.

Cette ouverture au secteur touristique se matérialise enfin par des partenariats économiques d'envergure. La création de Tourisme France International (TFI) se pense comme le « *fruit d'un long cheminement de la politique d'Air France en matière de tourisme* »[1352]. Il s'agit d'un consortium d'entreprises pilotant le tourisme étranger, avec comme objectif de produire des séjours en France. Son partenariat étroit avec le Club Méditerranée permet notamment à Air France d'inciter la clientèle étrangère à investir la Côte d'Azur. En 1974, l'organisation prend en charge 21 000 personnes[1353]. En 1975, la compagnie incite à la création de France Ski International, un groupe qui associe Air Inter, la SNCF, Air-Alpes, BNP, Tourisme France International et l'aéroport Lyon-Satolas dans une perspective de visibilisation des stations de ski françaises sur le plan international, débouchant en 1980 sur la possibilité de réserver des forfaits via le système d'enregistrement Alpha 3 d'Air France[1354]. La compagnie aérienne multiplie les interventions publiques pour s'imposer comme un interlocuteur privilégié de l'économie touristique : le groupe Air France est, par

[1347] *France Aviation, n°212,* juillet / août 1972.

[1348] *France Aviation*, n°235, juillet / août 1974.

[1349] *France Aviation*, n°221, mai 1973.

[1350] Rapport d'activité de 1975, *opus. cit.*

[1351] Rapport d'activité de 1976, *opus. cit.*

[1352] *France Aviation*, n°229, janvier 1974

[1353] Rapport d'activité de 1975, *opus. cit.*

[1354] *France Aviation*, n°335, décembre 1980.

exemple, présent lors de la première semaine mondiale du tourisme et des voyages à Paris, qui accueille près de 50 000 visiteur·euse·s[1355].

Le voyage international se construit en tant qu'objet de consommation courante, à mesure que s'en empare les compagnies aériennes. Si les prix éloignent les classes travailleuses de ce nouvel idéal vacancier, les différentes modalités de vente du secteur aérien tentent de démocratiser la possibilité de cette consommation – notamment à travers la multiplication des partenariats avec d'autres structures du tourisme populaire. Statistiquement et financièrement, Air France repose sur une clientèle bourgeoise. En revanche, sa politique de massification s'accompagne d'efforts médiatiques bien plus aboutis, inscrivant dans les imaginaires des classes moyennes des images de vacances heureuses et valorisées socialement. Sur la séquence des années 1970, la compagnie nationale investit davantage ce qu'on pourrait nommer « les corporalités vacancières », faisant la promotion des nouvelles identités sociales identifiées dans la séquence précédente, celles-là mêmes que Maurice Clavel décrit comme noyées dans un « *gigantesque bain d'optimisme* ».

4.1.3.2. Transformer l'image de marque : vers la valorisation du corps vacancier et de la sensorialité

En août 1972, la direction générale d'Air France charge un groupe d'étude de préparer une synthèse sur les représentations de la compagnie dans le monde, à laquelle participe des intervenants extérieurs comme la Cofremca. Le consultant général Publicis, connu pour avoir reconstruit l'image de marque de Renault en 1964[1356], est sollicité pour l'analyse de différents résultats collectés par des partenaires internationaux (japonais, états-uniens et allemands). Il y apparaît qu'Air France souffre de son image nationale, à savoir celle d'un pays romantique et accueillant, mais sans grande professionnalité technique : « *elle relève principalement d'un savoir-vivre, quand celle d'une compagnie aérienne doit prioritairement relever de la démonstration d'un savoir-faire* »[1357]. Pour la clientèle étrangère, le savoir-vivre français orbite autour des notions suivantes : « *élégance, goût, « romance »* et « *sensualisme* ». Les Allemand·e·s interrogé·e·s établissent volontiers un « *lien indestructible entre l'image de la Compagnie et celle du pays* », critiquant largement Air France pour ses capacités techniques

[1355] *France Aviation*, n°254, avril 1976.

[1356] Marc Martin, *Trois siècles de publicité en France,* Odile Jacob, 1992, 434 p.

[1357] Dossier Image de marque. Rapport du Groupe d'étude. Juillet 1974. Archives du musée Air France.

(impliquant sécurité et ponctualité), tout en considérant positivement son « *atmosphère française* » et « *le côté charmant et attirant du personnel* »[1358]. Cette dynamique « sensorialiste » est en fait alimentée par des politiques nationales de développement touristique, à l'image de la campagne « *Charmes de France* ». Cette dernière est lancée au printemps 1974 dans un partenariat entre Air France et le commissariat général au tourisme. Elle protagonise Brigitte Bardot, qui y assume le rôle d'ambassadrice de l'esthétique « à la française »[1359]. Ainsi, la féminisation de la compagnie grâce à la médiatisation de ses hôtesses de l'air est un succès :

> « *Air France a su tirer un parti avantageux de sa qualité de compagnie française. Appuyée, ici, par un stéréotype national particulièrement puissant et universel, elle a su trouver un style et se doter d'un cachet propre qui constituent les éléments de base de son attraction et de sa singularité. Cette composante sensoliariste d'Air France (style, gastronomie… sourire et élégance des hôtesses) a contribué à une certaine « féminisation » de son image, de surcroît renforcée par l'utilisation systématique du personnage de l'hôtesse dans la présentation extérieure de la Compagnie* »[1360].

Néanmoins, ce choix commercial ancre l'entreprise dans des représentations traditionnelles, donnant l'impression « *de maintenir le passé plus que de préparer l'avenir* ». En conséquence, le groupe d'étude propose à Air France d'intégrer à sa marque des produits facilement associables à la modernité et l'efficacité, ce que la compagnie met notamment en œuvre à travers le service Concorde et la création de la chaîne Méridien. D'après le rapport, les compagnies aériennes doivent impérativement proposer un élargissement de leur marque au-delà du simple voyage en avion. Le voyage doit être perçu comme une séquence d'une expérience plus globale, à laquelle participe les secteurs tiers, comme l'hôtellerie, les agences de tourisme ou encore les stations de ski. Si l'image d'un transporteur distingué intéresse des publics attentifs et habitués, elle ne s'impose pas auprès du public en général. Le groupe d'expertise invite la compagnie nationale à poursuivre sa politique de distinction sociale par l'usage de l'avion (soit l'ensemble des « *éléments fondamentaux de la puissance, de la*

[1358] Enquête de G. Perol, dossier image de marque, *opus. cit.*

[1359] *France Aviation*, n°233, mai 1974.

[1360] Dossier Image de marque. Rapport du Groupe d'étude. Bilan. *Opus. cit.*

compétence et de la fiabilité »), tout en modernisant sa composante « sensorialiste » associée à la nation française.

Cette modernisation opère à travers l'utilisation des représentations vacancières, dans lesquelles les corps et leur dimension sensorielle – voire érotique – jouent un rôle fondamental. Au premier plan, on trouve la valorisation des destinations balnéaires et des modalités de repos associées. La compagnie nationale devient un grand relais de diffusion des éléments constitutifs des « vacances paradisiaques ». Le *Tahitrop'*, un saut dans un village vacances en Polynésie organisé par Jet Tour en 1971, met par exemple en scène ces destinations aux sables fins, à l'eau turquoise et aux corps bronzés[1361]. Dans le récit de l'opération commerciale « *les passagers du soleil* », *France Aviation* nous dessine un portrait social du vacancier typique. En décrivant les passager·ère·s rencontré·e·s au cours de la croisière dans les Caraïbes, Alexis de Belinko cherche à comprendre ce qui motive ces couples à chercher le soleil. L'une rêvait « *de retrouver une nature tropicale, où l'on peut vivre sans souliers Dior, parmi les palmiers* ». Un autre pense que « *l'homme est fait pour le soleil et la mer, les arbres, les saveurs des fruits et les parfums des fleurs exotiques* ». Une passagère cherche à fuir le snobisme des endroits « *à la mode* ». Son mari rétorque qu'il se sent « *saturé par des gens qui crient, qui ordonnent, qui commandent, par des choses qui s'usent, qui se cassent, qu'il faut réparer ou remplacer* ». Un industriel annonce au retour de l'hôtel Caravelle qu'« *un « jet-tour » de huit jours égale un mois de vacances* ». L'article conclue finalement sur le slogan « *ce que vous offre la Sotair, c'est une autre planète sous un autre soleil* »[1362]. La compilation de ces témoignages possède un rôle éminemment commercial : il dessine les contours du désir que la compagnie cherche à satisfaire. L'éloignement, le repos, le soleil, les saveurs et la simplicité sont des éléments fondamentaux du nouveau narratif du dispositif vacancier. Loin des destinations urbaines classiques, Air France peut désormais se permettre d'investir la « sauvagerie » des espaces naturels, encore vierges de la mondialisation, sans pour autant renoncer au confort. Le tourisme tropical offre une fenêtre intéressante sur ce processus. Si ce n'est pas le seul espace soumis à cette pression touristique, c'est sans doute celui qui s'est le plus profondément inséré dans nos représentations collectives. L'association « plage blanche / cocktail / mer turquoise » renvoie au dispositif vacancier avec une facilité et une transversalité sociale déconcertante. On retrouve actuellement ce tropisme dans des sphères socio-culturelles extrêmement diverses,

[1361] *France Aviation*, n°201, août 1971.

[1362] *France Aviation,* n°185, avril 1970.

indiquant là un alignement historique de l'industrie touristique sur la promotion de ce mode de loisir. L'aviation permet l'exportation d'un siècle de construction sociale du modèle balnéaire à des espaces post-coloniaux. Dès 1973, « « *on connaît, où on devrait connaître, l'équation : « Tourisme = soleil + avions + hôtels* »[1363]. En se dotant de terminaux aéroportuaires et d'une flotte régionale comme Air Guadeloupe (créée en 1969), les Antilles connaissent « *une éruption touristique* »[1364] largement alimentée par les grandes compagnies occidentales.

En plus de dessiner les contours de ces affects vacanciers résolument modernes, Air France y ajoute systématiquement des images de femmes. Par exemple, dans un éditorial sur le nouveau tourisme en France, la compagnie annonce posséder un rôle d'agent des représentations touristiques françaises. Pourtant centré sur l'hôtel Méridien à Tours et le programme « *France à la carte* », l'article propose néanmoins la photo d'une femme en première page, surprise derrière un palmier en train de mettre son maillot (voir illustration n°40)[1365]. En organisant la promotion de ses produits, Jet Tours systématise la publicité des corps féminins. Que ce soit à travers des photographies ou dans le déploiement de stands touristiques[1366], le récit touristique met à disposition des corps féminins, parfois dénudés et lascifs, souvent indigènes[1367].

[1363] *France Aviation*, n°221, mai 1973.

[1364] *France Aviation,* n°219, mars 1973.

[1365] *France Aviation*, n°248, octobre 1975.

[1366] *France Aviation*, n°278, avril 1978.

[1367] *France Aviation,* n°220, avril 1973.

Illustration n°42 : les corporalités vacancières, photo à la une de *France Aviation*, n°248, octobre 1975.

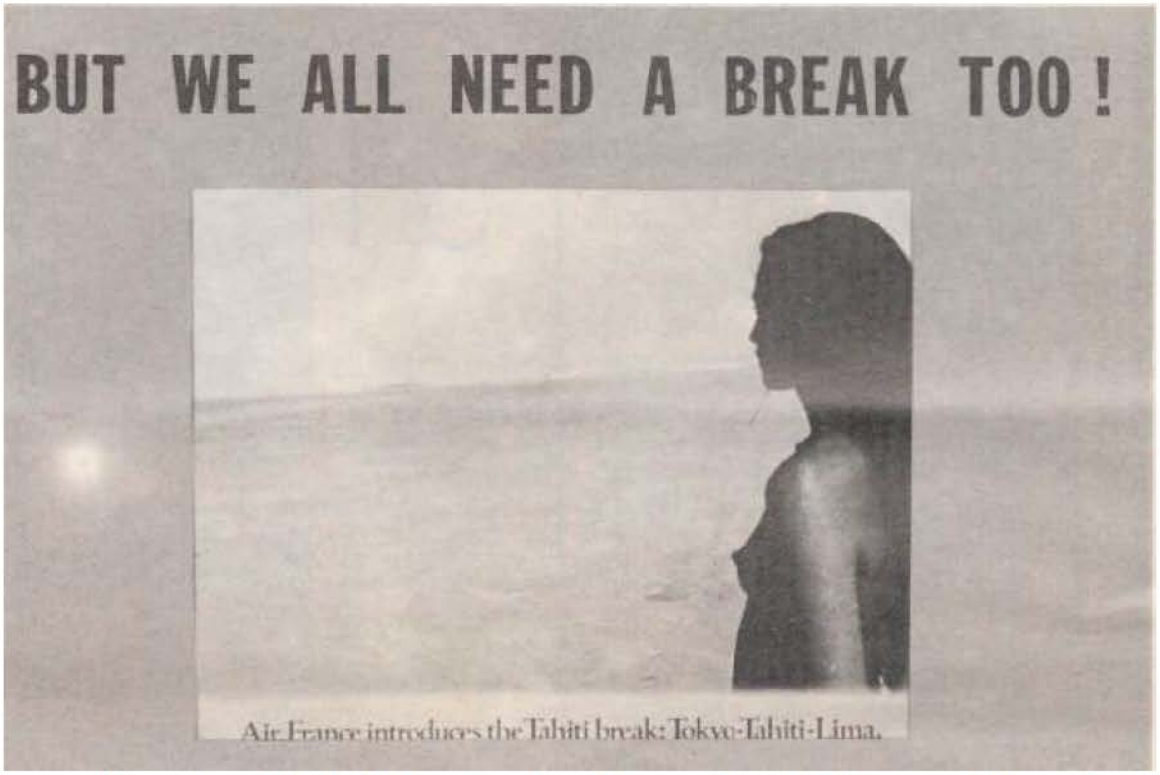


Illustration n°43 : la fétichisation des « îles », publicitée Air France diffusée dans le *France Aviation*, n°22, novembre 1973.

Quand on considère l'essor du « tourisme sexuel » sur cette séquence touristique, il est évident que l'aviation devient une plateforme sur laquelle se déploient les rapports de genre néocoloniaux. La littérature du « touriste sexuel », étonnamment florissante, illustre comment se reconfigure le dispositif colonial dans le narratif du voyage[1368]. La consommation sexuelle dans le cadre du tourisme prend des formes très diversifiées (légales ou non). Elle devient une manne financière si forte que certaines entreprises y concentrent leurs efforts de communication. Dans une campagne anglophone de 1973 introduisant l'ouverture du service Tokyo – Tahiti – Lima, Air France médiatise le « *Tahiti Break* ». Le slogan « *we all need a break too* » accompagne la photo d'une jeune femme nue regardant l'océan à contre-jour. Sa silhouette dessine le galbe de ses seins, ses tétons et ses longs cheveux noirs (voir illustration n°41)[1369]. Plus récemment, Air Tahiti Nui, une compagnie française créée en 1996, met en scène de multiples publicités qui s'articulent autour des corps indigènes. Jean-François Staszak étudie une publicité que la compagnie mène conjointement avec Tahiti Tourisme en 2011, pour illustrer comment le dispositif touristique produit des corps consommables[1370]. L'érotisation des corps (masculins comme féminins) semble s'appliquer à l'ensemble de la culture polynésienne. L'œil occidental, qu'il soit caméra ou photographie, semble souvent charger de sens sexuel les danses traditionnelles, les habits et l'environnement naturel (il suffit de regarder des productions récentes pour s'en faire une idée[1371]). Il est enfin à noter le lien entre le « tourisme sexuel » et l'histoire impérialiste occidentale, notamment en Asie du Sud-Est : la colonisation française institue des rapports sexuels racialisés (1867-1945) que les marines états-uniens engagés dans la guerre du Viet Nam (1962-1975) vont prolonger. Kimberley Kay Hong montre comment le marché de la prostitution s'établit sous la forme de salons de massage, de boîtes de nuit ou de « *bathhouses* », notamment dans les camps R&R (*Rest and Relaxation*) à disposition des soldats en permission, que ce soit à Kuala Lampur, Manille, Bangkok ou Seoul[1372]. En 1968, il existe plus de 2000 établissements de prostitution

[1368] Du côté anglophone, on peut citer le livre du conspirationniste Henry Makow, *A long Way for a Date*, Husion House, 2001, 281 p., ou encore celui de Brett Tate, *The Hedonist, World Vacation Guide for Sex Tourism,* Dallas, TPB Publishing, 2004, 201 p. En France, le pédocriminel Gabriel Matzneff a également livré dans ses *Carnets noirs* des noms de destinations touristiques dans lesquels mener des « *galipettes en Orient* ».

[1369] *France Aviation*, n°227, novembre 1973.

[1370] Jean-François Staszak, « L'imaginaire géographique du tourisme sexuel », *L'information géographique*, n°76, 2012, pp. 16-39

[1371] Vidéo commerciale de Air Tahiti Nui d'octobre 2018, durée 2 minutes et 09 secondes. Lien URL : https://www.youtube.com/watch?v=Wtt5cLIzvH0

[1372] Kimberley Kay Hoang, Dealing in Desire: Asian Ascendancy, Western Decline, and the Hidden Currencies of Global Sex Work, University of California Press, 2015, p. 30

dans les rues de Saïgon et le double de bars-discothèques, offrant de manière détournée de la sexualité. La sociologue rapporte que le sénateur J. Williams Fulbright aurait même déclaré que l'armée états-unienne a transformé les rues de la ville en un « gigantesque bordel ». On retrouve une certaine perméabilité entre la culture du tourisme sexuel et les pratiques navigantes. Les PNC insistent sur les merveilleux massages à Bangkok, très souvent sexualisés pour les hommes à en croire notre entretien collectif :

> « *Tu avais massage, manucure, pédicure ! Tu étais comme ça [elle s'affale sur le sofa] avec 4 nanas autour de toi ! Une nana à chaque main et une nana à chaque pied !*
> *P : Et pour les mecs il y en avait une cinquième ! [Exclamations et rires].*
> *C : Le body massage ! [Rires]* ***C'est quoi le body massage ?***
> *D : Tu es dans une baignoire et tu as une nana à poil qui te laves avec son corps.* ***Ah ouais !***
> *C : Non non, tu es sur le matelas, elle vient pleine de mousse et elle te savonne !*
> *D : Et plus si tu allonges les dollars* »[1373].

Cette fascination pour les corps féminins « ensoleillés » devient une brèche dans laquelle s'engouffre toute l'industrie aérienne. Pour Air France, la modernisation de son image de marque passe par la modernisation des rapports de genre. Davantage narrative que réelle, la démocratisation du tourisme tropical fait partie de la stratégie commerciale. On identifie encore le rôle moteur de la féminité accentuée, dont la mise en scène permet d'activer en série les affects attribués aux masculinités hégémoniques et complices. Ces nouvelles féminités, jeunes et balnéaires, permettent de délocaliser la composante « sensorialiste » d'Air France vers des imaginaires populaires. Elle conserve dans le même temps son identité bourgeoise, à travers des propositions commerciales comme « Meridien Plus » ou le tourisme des grands châteaux français.

L'ensemble des changements dans la politique commerciale d'Air France possède une portée managériale. Comme le précise avec clarté l'étude de la Cofremca de 1974, le personnel d'Air France partage « *largement les opinions formées par le public sur la*

[1373] Entretien collectif, *opus. cit.*

compagnie »[1374]. Il est fidèle mais critique. L'ensemble des salarié·e·s dénonce l'insuffisance de la communication et « *l'exercice d'un modèle hiérarchique inadapté* ». Plus que jamais, l'image de marque colle au corps des salarié·e·s. La rénovation de l'entreprise implique une rénovation profonde des rapports de production en son sein.

[1374] Dossier Image de marque. Rapport du Groupe d'étude. Juillet 1974. Archives du musée Air France.

4.2. Le nouvel ordre managérial ou la célébration de l'esprit d'entreprise

4.2.1 La réorganisation du monde productif

Pour comprendre la reformulation des propositions de genre dans les espaces qu'ouvre le tourisme international, il nous semble nécessaire d'interroger d'abord la mise au travail du corps salarial. La brèche ouverte par le mouvement social des années 1968 impose au capitalisme une reformulation idéologique des rapports de production et des processus de subjectivation. Cette reformulation historique, qui signe le basculement du compromis keynésien vers une hégémonie néolibérale, opère également au niveau des rapports de genre. Si cet angle analytique est largement sous-estimé par la science sociale, il l'est aussi par une partie des intellectuelles féministes de l'époque comme le signale Nancy Fraser[1375].

4.2.1.1. La déstabilisation du mouvement révolutionnaire

La séquence de mai 1968 s'identifie communément comme un grand sursaut anti-autoritaire du deuxième XX^{ème} siècle, où se rejoignent différentes contestations majeures (féministes, anti-impérialistes, écologistes, anticapitalistes) jusqu'à prendre la forme d'une culture de la contestation. C'est un « *événement monstre* », perçu et vécu comme tel par les différentes composantes du monde social[1376], dont l'importance se mesure à sa mobilisation dans le discours politique[1377]. L'histoire sociale rappelle qu'au-delà de l'événement estudiantin et de la révolte culturelle, ce sont les grandes grèves et leur résolution institutionnelle qui constitue le moment politique charnière de cette séquence[1378]. Pensée sur un temps long, cette période définit la recomposition des rapports sociaux de production[1379]. En tant que groupe social menacé dans ses intérêts, le patronat réagit de manière stratégique et coordonnée à travers la formation d'associations, dont la plus connue est sans doute la Commission Trilatérale, créée en 1973. Elle cherche à orienter les décisions des

[1375] Nancy Fraser, « Féminisme, capitalisme et ruses de l'histoire », *Cahiers du genre*, L'Harmattan, 2011, n°50, pp. 165-192

[1376] Pierre Nora, *L'événement monstre,* Communications, n°18, 1972, p. 162 – 172

[1377] Michel Zancarini-Fournel, *Le moment 1968, une histoire contestée*, Le Seuil, Collection l'Univers Historique, 2008, 320 p.

[1378] Xavier Vigna, *L'insubordination ouvrière dans les années 68, essai d'histoire politique dans les usines,* Presse Universitaire de Renne, 2007, 384 p.

[1379] Michelle Zancarini-Fournel (dir.), Geneviève Dreyfus-Armand Geneviève, Robert Frank, *Les années 68, le temps de la contestation, Collection Histoire du Temps présent*, Editions Complexe, 2000, 525 p.

gouvernements vers des groupes « d'experts patronaux » en vue de pacifier le dialogue social. Commanditée par l'OCDE en mai 1972 à Paris, une commission patronale de différents pays membres s'intéresse à l'engagement du corps salarial dans l'idéologie néolibérale. La commission a pour titre « *les nouvelles attitudes et motivations des travailleurs* ». Elle s'intéresse à la reconquête idéologique des unités de production, en mobilisant largement des nouveaux outils de management :

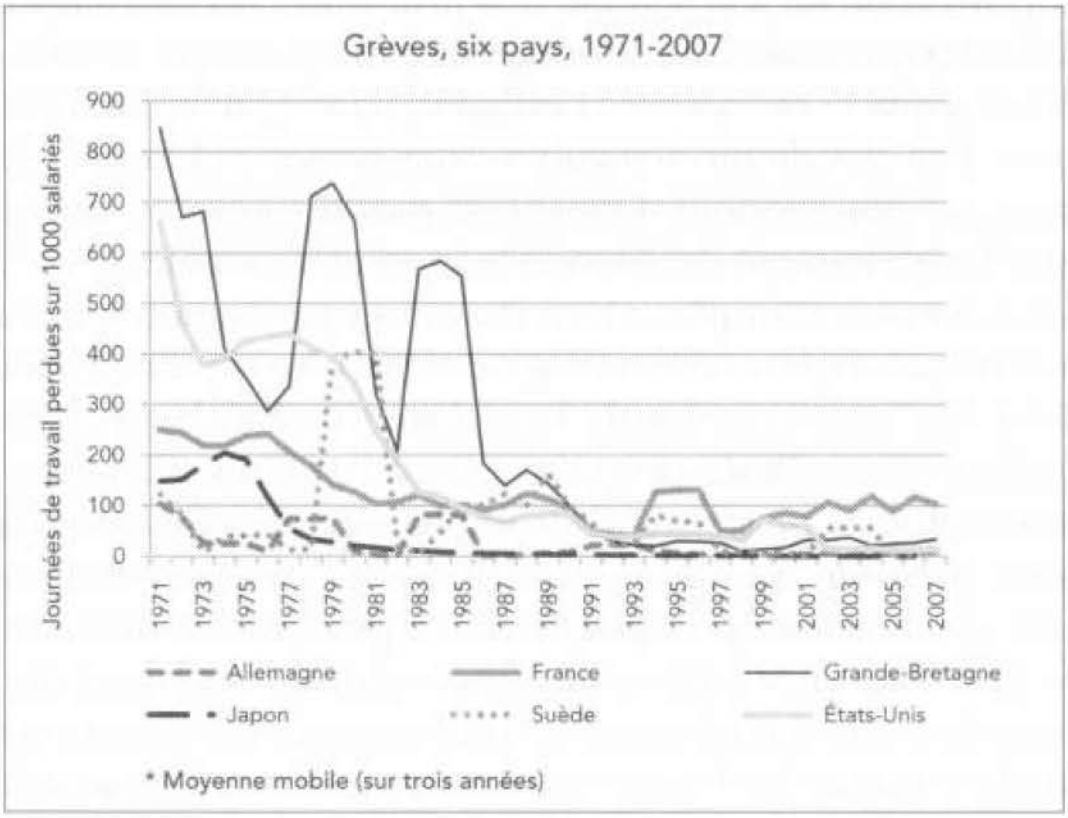
> « *L'une des conclusions qui s'est clairement dégagée de la réunion des experts est la suivante : si les employeurs sont prêts à innover, à investir dans les nouvelles méthodes de travail aussi libéralement qu'ils l'ont fait pour les nouvelles techniques, il doit être possible* (…) *de faire beaucoup de progrès dans la recherche d'une solution aux problèmes posés par les nouvelles attitudes des travailleurs et obtenir des motivations positives* (…). *Peut-être toutes les argumentations et affirmations que l'on avance à ce propos n'ont-elles qu'un point commun : la révolution est en cours* »[1380].

Les experts patronaux entendent rénover l'environnement productif. Le patronat cherche à détourner les masses salariales d'une logique conflictuelle, relative à une lecture marxiste des rapports sociaux, pour mieux l'absorber au dispositif néolibéral. Ce dernier vise à créer chez les employé·e·s des affects et des émotions alignés sur ceux de la direction[1381]. Trois angles principaux sont esquissés : isoler et diviser les syndicats subversifs, refonder les chaînes de commandement et intégrer plus massivement le salariat à « *l'esprit d'entreprise* »[1382]. Cette stratégie porte ses fruits sur le long terme. Le prolétariat des pays industrialisés se démobilise. En témoigne le nombre de journées de grève, qui diminue dans les pays de l'OCDE de manière surprenante (vor graphique n°10) :

[1380] Rapport d'une commission de l'OCDE par le professeur R.W. Rewans, *Les nouvelles attitudes et motivations des travailleurs : rapport d'une réunion d'experts patronaux,* Paris, 1972, p. 7-18. Archive consultable à la Bibliothèque National de France.

[1381] Frédéric Lordon, *opus. cit.*

[1382] Tom Dufour, *Résistance et résilience, l'ordinaire du travail à l'Aérospatiale dans les années 1968,* sous la direction d'Alain Boscus, université Jean Jaurès Toulouse II, 2018, 322 p.



ILO Labour Statistics, US Bureau of Labor Statistics

Graphique n°10 : l'efficacité du nouveau management à travers l'effondrement de la conflictualité sociale. Graphique du ILO Labour Statistics de 2007[1383]

Ce graphique ne traduit pas exactement l'effondrement des mobilisations ouvrières car il ne prend pas en compte toutes les modalités de la révolte sociale. Il traduit toutefois un recul net de la lutte ouvrière. D'après les statistiques évaluant le taux de syndicalisation de 16 pays industrialisés (calculé grâce au taux d'actifs cotisants sur le nombre total d'actifs salariés), les sociologues Antoine Bevort et Annette Jobert ont pu recomposer le tableau suivant, témoignant d'une large démobilisation syndicale (voit tableau n°7) :

Evolution du taux de syndicalisation (en %) dans 7 pays de l'OCDE entre 1970 et 2003

	1970	**1980**	**1990**	**1995**	**2003**
USA	23,5	19,5	15,5	14,3	12,4

[1383] Nous remercions Alain Boscus pour la mise à disponibilité de ce document.

Japon	35,1	31,1	25,4	24	19,7
France	21,7	18,3	10,1	9	8,3
Suisse	34,2	34,5	30	22,5	17,8
Autriche	62,8	56,7	46,9	41,1	35,4
Allemagne	32	34,9	31,2	289,2	22,6
RU	44,8	50,7	39,3	32,6	29,3

Tableau n°7 : la désyndicalisation comme effet de système. D'après les travaux de J. Visser « Union memberships statistics in 24 countries » analysés par Antoine Bevort et Annette Jobert[1384].

Ces phénomènes globaux sont particulièrement marqués sur le sol français, où l'on observe depuis 1970 que « *la France a perdu plus de 60% de ses syndiqués, ce qui en fait le pays le plus gravement touchée par la désyndicalisation* »[1385].

Du fait d'une industrie stratégique encore largement nationalisée en 1970, le patronat français profite d'une « *Sainte Alliance* » avec le gouvernement pour reprendre le contrôle des usines[1386]. Les différentes directions d'entreprise déclenchent des opérations répressives partout où les syndicats contestataires occupent le terrain. Elles s'expriment selon une radicalité variable, ce qui les rend plus ou moins détectables. Dans le secteur automobile, Claude Angeli et Nicolas Brimo dénoncent le recours à des « *milices patronales* » à l'idéologie fascisante, notamment chez Peugeot à partir de 1970[1387]. À ces mesures s'ajoute la surveillance généralisée des militant·e·s, à l'intérieur comme à l'extérieur du lieu de travail et le contrôle à l'emploi sur la base de registres policiers[1388]. Beaucoup d'entreprises (Prisunic, Chrysler, Renault) durcissent leur règlement intérieur, notamment sur les modalités de licenciement et d'évaluation des fautes professionnelles[1389]. Cette facette répressive a pour rôle premier d'éliminer les noyaux de résistance organisés dans les secteurs stratégiques. Elle ne fait qu'accompagner un mouvement plus diffus de reconquête idéologique du corps salarial. Pierre Baghi, secrétaire générale de l'Union Départementale de la CGT 31,

[1384] *Ibid.*

[1385] Antoine Bevort et Annette Jobert, *Sociologie du travail : les relations professionnelles*, Armand Colin, 2008, p. 24

[1386] Xavier Vigna, *opus. cit.*

[1387] Claude Angeli et Nicolas Brimo, *Une milice patronale : Peugeot,* François Maspero, 1975, p. 30.

[1388] Cahier de Mai n°9, *la police privée des patrons,* mars 1969, archives autonomes numérisées.

[1389] Marcel Caille, *Les truands du patronat,* Éditions Sociales, 1977, p. 99.

caractérise cette séquence par la formule « *le bâton et la carotte* » dans un discours de 1971[1390] : il s'agit d'accompagner le salariat vers un dialogue social apaisé, un syndicalisme « maison » et une individualisation croissante des problèmes professionnels.

4.2.1.2. La pacification des rapports sociaux au travail

Dans son travail de thèse, Clair Juilliet insiste sur l'importance que prend l'institutionnalisation du syndicalisme dans la « reprise en main » des usines[1391]. Dans la lignée des accords de Grenelle : « *la grande politique contractuelle* » débouche sur des accords qui concernent de 5 à 9 millions de salarié·e·s (création du SMIC en 1970, la loi sur la durée maximale du travail en 1971, la loi de généralisation des retraites complémentaires en 1972, etc.)[1392]. Ces concertations à l'échelle nationale prennent la forme locale de conventions collectives, comme l'Accord Société créant la SNIAS (Société nationale de l'industrie aérospatiale, qui deviendra par la suite Airbus) le 1er janvier 1970. Le secteur aéronautique fait office de laboratoire politique dans le développement des nouvelles stratégies managériales[1393]. Si le but affiché est l'apaisement du dialogue social grâce à une meilleure considération de l'activité syndicale, il s'agit en réalité de la mettre sous tutelle. Dans le cas remarquable de la SNIAS, l'accord sert surtout à diviser l'intersyndicale. La direction valorise d'une part le militantisme « maison » (dont le rôle est localement rempli par FO) grâce à un système de prime et d'embauche. D'autre part, elle discrimine les organisations non signataires (la CFDT et la CGT), en réprimant et en isolant ses militant·e·s.

Les mouvements d'occupations d'usines en mai-juin 1968 ont marqué certaines « *fractions avancées du patronat* »[1394]. Tout au long des années 1970, les experts du management travaillent à partir des dynamiques subversives observées dans les occupations d'usine pour en dépolitiser le sens, tout en conservant leur approche fonctionnelle. En s'inspirant d'un rapport d'experts patronaux publié en 1978, Ève Chiapello et Luc Boltanski analysent comment l'expression autonome de la responsabilité, alors un idéal révolutionnaire, devient progressivement un outil managérial : « [La nouvelle approche] *consiste à remplacer*

[1390] Expression de Pierre Baghi, conférence de presse à la Bourse du Travail à Saint-Sernin le 25 février 1971.

[1391] Clair Juilliet, , *Stratégies patronales de rénovation du dialogue social dans les années 1970, Discrimination de l'action syndicale à la SNIAS de Toulouse*, Revue Travail et Emploi n°145, 2016, p. 151-152.

[1392] Luc Boltanski et Ève Chiapello, *opus. cit.* p. 283

[1393] Documentaire de Nadine Mahé, *Le Laboratoire*, Les films du Grippaud, 2013, 71 min.

[1394] Ève Chiapello et Luc Boltanski, *opus. cit.* pp. 293-294.

le management autoritaire par « des groupes de travail semi-autonomes », qui ont la responsabilité de l'organisation du travail confiée au groupe. Les managers de tous les niveaux, deviennent essentiellement des exemples, des conseillers techniques et, mieux encore, des leaders démocratiques, plutôt que des dictateurs. Les principes de la démocratie dans le travail peuvent être facilement mis en oeuvre dans les organisations et, de fait, la méthode est souvent appliquée au niveau le plus élevé de la hiérarchie managériale »[1395].

Les entreprises mobilisent de grands efforts pour la formation de leur personnel. Elles font notamment appel à des sociétés spécialisées, comme la Sogic ou la Cofremca. Cette dernière, bien connue d'Air France, possède un rôle organique dans la restructuration des normes managériales : en octobre 1978, elle convoque notamment 13 « observatoires du changement social » dans un colloque à Paris, afin de discuter des différents courants socio-culturels qui perdurent depuis 1968[1396]. Elle intervient auprès de la compagnie lorsqu'elle convoque un groupe d'étude en vue de la rénovation de son image de marque. Le dossier consacre un chapitre à « l'action interne », postulant que le visage extérieur d'une compagnie reflète son fonctionnement interne. Si ce document n'influence que peu des politiques déjà opérantes au sein de l'entreprise, on y observe la manifestation d'une culture managériale homogénéisée, reproduite et diffusée par des organismes de consultation :

> « *L'amélioration des relations humaines dans l'entreprise nécessite une modification du style de commandement, la mise en place d'un système de concertation, la prise en compte des suggestions du personnel, l'organisation des rencontres entre les différentes catégories et la diffusion d'une information précise* »[1397].

On attend particulièrement de l'encadrement « *un changement dans le sens d'une animation à caractère constructif* », afin d'endiguer « *la monopolisation par le syndicat de la fonction protectrice du personnel* »[1398].

4.2.2. La rénovation des rapports sociaux chez les PNC d'Air France

[1395] Ève Chiapello et Luc Boltanski, *opus. cit*. pp. 293-294.

[1396] *Le Monde*, 5 octobre 1978

[1397] Dossier Image de marque. Chapitre 3 : action interne. Rapport du groupe d'étude. Juillet 1974, archives Musée Air France

[1398] *ibid.*

4.2.2.1. Le dernier coup d'éclat du syndicalisme combatif chez Air France

Pour les PNC d'Air France, la décennie s'ouvre à l'image de la précédente, par un conflit social d'envergure. Il a marqué la mémoire corporatiste davantage que l'été 1968 : fait suffisamment rare pour être rapporté, les militant·e·s ont archivé une quarantaine d'articles de presse sur la séquence. À l'automne 1969, le SNPNC prépare ses adhérent·e·s à mener une grande bataille relative au CSS (Certificat sécurité et sauvetage)[1399]. Conditionné par deux semaines de formation et 60h de vol, le CSS est délivré par le Ministère des Transports depuis 1955. Ce dernier modifie les conditions de son obtention le 21 novembre 1969 : il décrète que le programme d'enseignement et d'obtention du diplôme est désormais sous la responsabilité des compagnies aériennes, moyennant la diminution de moitié du temps de formation[1400]. Le syndicat rappelle que cette décision accrédite le lobby des compagnies aériennes qui, avant même le conflit de 1968, agissait auprès du gouvernement pour revenir sur le texte originel de 1955. Délivrer des CSS plus rapidement permettrait aux entreprises d'anticiper un marché rendu instable par la multiplication des charters[1401]. En France, le système des vacances deux fois à l'année vers « *les pays du soleil* » favorise les compagnies dites irrégulières qui bénéficient d'une plus grande flexibilité[1402]. Enfin, l'État cherche à se désinvestir progressivement de la gestion du transport aérien encore sous tutelle : « *il ne veut plus se donner les moyens de veiller à l'instruction des quelques deux milles stewards et hôtesses que les compagnies doivent recruter entre 1970 et 1971* »[1403]. La bataille, engageant l'ensemble du personnel navigant, vise à préserver l'indépendance du diplôme (double gage de professionnalisme et de neutralité), tout en assurant son rôle incontournable en matière de sécurité. Le désengagement de l'État, couplé à la déqualification du diplôme, permet d'assouplir les conditions d'embauche et de payer moins les professionnel·le·s navigant·e·s.

Le premier mouvement de grève du lundi 26 novembre 1969 compte 70% de participation à Orly, contraignant la compagnie à suspendre 47 vols sur 81[1404]. La stratégie envisagée par le SNPNC est de « mitrailler » la direction de préavis de grève. Cela vise à

[1399] Communiqué de presse du SNPNC, 25 novembre 1969, archives du SNPNC.

[1400] Journal Officiel du 26 novembre 1966, p. 11561.

[1401] Rapport d'activité d'Air France, 1970, archives du Musée Air France.

[1402] Rapport d'activité d'Air France, 1971, archives du Musée Air France.

[1403] *L'Humanité*, 2 février 1970.

[1404] *Le Monde*, 26 novembre 1969.

l'empêcher d'organiser des vols en ayant recours aux cadres PNC généralement non grévistes, aux saisonnier·ère·s et aux hôtesses de l'air étrangères[1405]. Après deux autres journées de grèves les 2 et 11 décembre 1969[1406], les syndicats acceptent une trêve de 15 jours, dans laquelle les négociations dirigées par un haut fonctionnaire doivent servir à désamorcer les tensions[1407]. Les pouvoirs publics limitent cependant les discussions autour des modalités d'applications de l'arrêté, refusant la possibilité de son abrogation. La rencontre avec le ministre des transports prévue au 31 décembre 1969 est annulée. Le SNPNC reconduit son appel à la grève le 2 et 3 janvier 1970[1408]. L'arrêt de travail est suivi à 99% par le personnel d'après le SNPNC, supprimant les deux vols Paris – New-York[1409]. Le syndicat accuse les compagnies aériennes d'aggraver volontairement le conflit en refusant d'avertir le public alors que les préavis de grève sont déposés[1410]. *Paris Jour* fait état d'un dialogue social rompu et d'une « *position intransigeante* » de la part de la direction[1411]. Cette dernière attend que le conflit dégonfle de lui-même en misant sur des grèves peu suivies. La mobilisation pour le troisième arrêt de travail fin janvier lui donne tort : le SNPNC annonce 99% d'effectif mobilisé à Air France, 95% à UTA et 70% à Air Inter[1412]. Face à un tel niveau de mobilisation, les compagnies aériennes acceptent en grande partie les doléances du SNPNC. Celles-là se résument à cinq points majeurs :

1- Les examens doivent être publics (indépendants des compagnies).
2- Le programme et la formation doivent être soumis à l'agrément du SGAC.
3- Les fonctionnaires du CGAC doivent participer au jury d'examen.
4- La délivrance du certificat doit être subordonnée à une période d'adaptation en vol.

Le cinquième point cristallise les tensions car il porte sur la gestion politique du recrutement. Le SNPNC exige un contrôle dans l'obtention et la délivrance du CSS à travers la création d'une commission paritaire. La direction d'Air France refuse catégoriquement : elle ne peut

[1405] D'après le SNPNC, après le troisième appel à la grève du 26 janvier, les vols long-courriers sont maintenus grâce à 2 non-grévistes sur 2000, 30 CB sur 70, 18 hôtesses Allemandes et autant de non-titulaires. Propos rapportés par *France Soir*, 26 janvier 1970.

[1406] *Le Monde,* 3 janvier 1970.

[1407] Communiqué de presse du SNPNC, 29 décembre 1969, archives du SNPNC.

[1408] Communiqué de presse du SNPNC, 29 décembre 1969, archives du SNPNC.

[1409] *Le Monde,* 5 janvier 1970.

[1410] Communiqué de presse du SNPNC, 9 janvier 1970, archives du SNPNC.

[1411] *Paris Jour,* 26 janvier 1970.

[1412] Communiqué de presse du SNPNC, 30 janvier 1970, archives du SNPNC.

pas *laisser les syndicats s'emparer du contrôle de l'embauche* »[1413]. À la fin janvier le débat semble figé et on parle de « *dialogue de sourd* »[1414].

Le conflit à Air France et UTA s'aggrave encore à partir du 2 février 1970, lorsque la direction décide de réduire les équipages commerciaux au strict minimum légal. Pour le SNPNC, cette décision « *ne constitue à l'évidence qu'une mesure de rétorsion et un moyen de pression à l'égard du PNC, dont les heures de service en vol seront ainsi diminuées de moitié entrainant une baisse de rémunération d'environ 25%* »[1415]. Le syndicat appelle la direction à se rétracter, sous menace d'une extension radicale de la durée des grèves et de déclencher un appel à la solidarité internationale auprès de la Fédération Internationale des Transports, réunissant sept millions de membres. L'amplification internationale du conflit est un risque que *Le Figaro* prend au sérieux, en alertant également sur une potentielle propagation du mouvement aux pilotes qui, sans menacer de grève, se sont « *rangés du côté des hôtesses et des stewards* »[1416].

Après trois mois de conflits et sept grèves[1417], le SNPNC signe un protocole d'accord le 9 mars 1970 au ministère des transports. Accédant à la majorité des revendications syndicales, les compagnies y conservent néanmoins le droit litigieux d'organiser les examens et de délivrer les certificats. Les délégué·e·s syndicalistes n'obtiennent qu'un droit de regard sur la procédure avec une possibilité de recours[1418] ; iels sont écarté·e·s de la politique d'embauche. L'entreprise délivre alors plus de 500 CSS entre mars et novembre[1419]. Sans avoir les forces nécessaires pour maintenir une forte mobilisation sociale, le SNPNC change de stratégie. Il choisit de passer par la voie réglementaire et saisit le Conseil d'État pour excès de pouvoir. La décision des juges rendue le 6 novembre 1970 donne raison au syndicat et abroge les dispositions fixées par l'arrêté. La législation revient au statut antérieur, à savoir les articles de 1955, conférant à l'État le devoir de formation du PNC.

[1413] *Le Monde*, 29 janvier 1970.

[1414] *Nice Matin*, 28 janvier 1970.

[1415] Communiqué de presse du SNPNC, 2 février 1970, archives du SNPNC.

[1416] *Le Figaro*, 26 janvier 1970.

[1417] *Air et Cosmos*, 14 novembre 1970.

[1418] Communiqué de presse du SNPNC (rédigé conjointement avec les compagnies aériennes), 9 mars 1970, archives du SNPNC.

[1419] *Le Figaro,* 14 novembre 1970.

Cette séquence de mobilisation vient clore quinze ans de dialogue social tendu. Depuis sa création en 1954, le SNPNC a su s'imposer comme un puissant acteur syndical, représenté dans les trois principales compagnies françaises. Après avoir concédé des améliorations salariales en juin 1968 et après avoir essuyé un nouvel échec en 1970, la direction s'inspire de la conjoncture nationale et tente de rénover le dialogue social avec son personnel navigant. La première convention collective de février 1972 marque un tournant dans les relations managériales. Le fait que Maurice Delaigue, responsable de l'information du personnel navigant à la direction des opération aériennes, publie dans son rapport de 1983 une critique des années 1960 est édifiant en soit. Il dénonce un cadre trop autoritaire, un syndicalisme trop agressif et par conséquent une tension permanente entre les partenaires sociaux. Pour lui, les épisodes de 1968 ont agit positivement sur le comportement de l'entreprise. Il note qu'au tournant des années 1970, les « *rencontres entre l'encadrement et le personnel vont prendre une meilleure tournure* »[1420]. Cette stratégie d'apaisement peut être décomposée en trois mouvements (qu'on retrouve dans le contexte national évoqué plus haut) : la contractualisation de la politique sociale, l'institutionnalisation du syndicalisme et la formation de l'encadrement.

4.2.2.2. La nouvelle politique contractuelle

La signature de la première convention collective des PNC d'Air France naît à la suite d'une nouvelle mobilisation. Dans un décret de mai 1971, le gouvernement annonce de manière unilatérale une augmentation légale des temps de vol. Le décret porte de 8 à 10 heures le temps de vol journalier maximal. Elle allonge également de 12 à 14 heures l'amplitude de vol, calculée depuis le moment où l'appareil commence à se déplacer pour gagner l'aire de décollage, jusqu'à son immobilisation à l'atterrissage. L'intersyndicale navigante se mobilise immédiatement et juge cette mesure aussi « *injustifiée qu'opportune* »[1421]. Face à la menace de grève immédiate, la réforme est suspendue et donne lieu à des négociations avec les employeurs, regroupés dans l'association CTAF (Comité des transporteurs aériens français), qui depuis 1971, rassemble dans une logique de défense de leurs intérêts communs les directions des grandes compagnies aériennes françaises (Air France, Air Inter et UTA)[1422]. Ces discussions entre le SNPNC et le CTAF aboutissent le 11

[1420] Maurice Delaigue, *opus. cit.*

[1421] *Le Monde*, 6 juin 1971.

[1422] *France Aviation*, n°228, décembre 1973.

février 1972 à un protocole d'accord[1423]. Ce texte revient sur l'allongement des durées de travail et concède des journées de 8 heures de vol sur moyen-courrier et 9 heures sur long-courrier. Il reprogramme par conséquent la durée de travail mensuelle et les temps de repos. Nous n'avons malheureusement pas trouvé de sources permettant d'analyser la réception de cet accord par le SNPNC : est-il perçu comme une victoire ? Comment comprendre cette « fausse offensive » du gouvernement ? Pourquoi publier un décret parfaitement inacceptable, dans un secteur professionnel sous tension, pour l'abroger quelques mois après à travers la rédaction d'une convention collective ? Ces questions mériteraient une étude approfondie de cette séquence, afin de comprendre comment s'est imposée à la plupart des entreprises une gouvernance contractuelle.

Cette convention collective institue, sur une durée de trois ans, un mode opératoire relatif à la gestion des conflits. Une commission paritaire de conciliation est chargée d'examiner les différends et de proposer des pistes de résolutions. Ce point est d'une importance politique capitale : instituer un espace de négociation permet de restreindre au maximum l'expression des revendications salariales à leur langage codifié. En d'autres termes, le syndicalisme de concertation devient une affaire de professionnel, où des délégué·e·s maitrisent la haute technicité des cadres juridiques et réglementaires. L'intégration des partenaires syndicaux à la gestion du personnel relève d'une nouvelle politique générale, comme en témoigne la direction dans son rapport d'activité de 1973 :

> « *C'est à la recherche d'une intégration mieux assurée du personnel que concourent les mesures pratiques pour faire évoluer les conditions de travail et de rémunération (...) et l'établissement des programmes de personnel à moyen terme* »[1424].

Maurice Delaigue démontre la réussite de ce modèle à travers neuf exemples de négociations effectives entre 1972 et 1982[1425] : un protocole d'accord sur le B 747 en 1973, un autre sur le PNC saisonnier en 1976, un autre portant sur la représentation du personnel navigant en 1979, etc. Sans nier la conflictualité entre les différentes parties, Maurice Delaigue souligne que les conditions de travail ont été progressivement améliorées par la compagnie aérienne. Il félicite

[1423] *Le Monde,* 16 février 1972.

[1424] Rapport d'activité de 1973 du conseil d'administration, archives du musée d'Air France.

[1425] Maurice Delaigue, *opus. cit.*

également la rapidité de cette formule, qui permet aux « *petits mécontentements* » inexorables de la profession de trouver des solutions, efficaces et durables, grâce à la méthode contractuelle.

Il n'y a pas de traces de conflits majeurs sur la décennie 1970-1980 opposant le PNC à sa direction. Si le SNPNC menace ses interlocuteurs par des arrêts de travail, presqu'aucune grève n'aboutit réellement. Lorsque la convention expire au 31 mars 1975, le SNPNC mobilise ses adhérent·e·s en vue d'en ratifier une nouvelle. Il cherche notamment à intégrer plus fortement les PNC à la gestion de leur planning mensuel, à réviser le système de primes, ou encore à établir un protocole d'accord « supersonique » pour anticiper la mise en ligne du Concorde. Le syndicat pose un préavis de grève pour la journée du 11 août 1975, qu'il lève rapidement après un accord avec la direction[1426]. La nouvelle convention entre en vigueur au 1er janvier 1976. Elle fixe notamment le temps de travail mensuel maximal à 80h, les temps de repos périodiques de 6 jours par mois sur long-courrier (fractionnables à la volonté du PNC) et 48h de repos sur la semaine civile sur moyen-courrier[1427]. Un autre mouvement de grève déposé au 15 novembre 1975 est avorté après négociation interne avec le CTAF[1428].

Le modèle contractualiste semble s'effriter au tournant des années 1980, notamment autour du conflit de l'hiver 1978, relatif à la composition des équipages de Boeing 747. Face à l'augmentation de ses charges de travail sur vols long-courriers, le SNPNC demande des équipages plus conséquents et des plans de vols plus judicieux[1429]. Les négociations n'aboutissent pas et les SNPNC déclenchent trois arrêts de travail de 24 heures. Si le mouvement n'impacte pas réellement la compagnie (tous les vols long-courriers sont assurés ainsi que le tiers des vols moyen-courriers), il ouvre une première brèche dans la politique contractualiste. Le SNPNC reconduit un mouvement de grève le 27 et 28 septembre du fait d'un sous-effectif chronique qui éreinte le personnel[1430]. Malgré cet affaiblissement du modèle, où le SNPNC accuse la direction de ne pas respecter les protocoles de vol, il est reconduit un an plus tard au 21 septembre 1979 à travers une troisième convention collective.

[1426] *Le Monde,* 12 août 1975.

[1427] Convention collective entre le SNPNC et le CTAF, 16 décembre 1975.

[1428] *Le Monde*, 12 novembre 1975.

[1429] *Le Monde,* 15 mars 1978.

[1430] *Le Monde,* 26 septembre 1978.

En 1982, le SNPNC conteste la mise à l'écart du personnel navigant des réductions de temps de travail à 39 heures mensuelles octroyées au personnel au sol. Il appelle l'ensemble des PNC à la grève en juin[1431]. Un article de la revue *Air et Cosmos* condamne la « *démesure* » de ce mouvement, largement privilégié pour ne travailler que 20 heures mensuelles, accusant une « *grève de riche* »[1432]. Malgré des arguments facilement écartés par le SNPNC dans une lettre lapidaire[1433], cet article témoigne d'un corporatisme navigant, isolé des formes de solidarité qu'exprime parfois l'opinion publique pour les grévistes, notamment au tournant de l'élection socialiste de 1981. De manière plus structurelle, cet épisode annonce en creux l'installation réussie du modèle néolibéral, dans laquelle une ancienne cohésion salariale est atomisée au profit d'une dynamique davantage concurrentielle. Finalement, l'encadrement d'Air France donne raison à l'analyse de Luc Boltanski et d'Ève Chiapello, en annonçant la fin d'une ère managériale et le début d'une autre, comme le souligne Maurice Delaigue :

> « *La période 1970/1980 devait marquer un renversement de la tendance précédente qui avait été marquée par des luttes de rapport de force et des affrontements se terminant fréquemment par des conflits. Dorénavant, le Syndicat sera plus étroitement associé aux mesures prises concernant le PNC, ce qui ne signifie pas que les tensions vont disparaître mais on s'efforcera de les régler par la négociation, en évitant des grèves qui paralysent l'exploitation* »[1434].

4.2.2.3. Le syndicalisme comme outil de gestion

Le SNPNC confirme sur cette période sa position hégémonique, malgré l'apparition d'un nouveau syndicat en 1978. Le SUNAC (Syndicat unitaire des navigants commerciaux) est fondé par des cadres dissidents du SNPNC. Il cherche à rompre avec un syndicalisme, que beaucoup jugent, comme Charline, « *trop coulant avec la direction, trop béni-oui-oui* »[1435]. Le SUNAC n'est pas signataire des conventions collectives et n'est par conséquent pas associé

[1431] Communiqué de presse du SNPNC, 17 juin 1982.

[1432] Jean-Pierre Mithois, « Démesure », *Air et Cosmos*, 19 juin 1982, archives du SNPNC.

[1433] Lettre de J. Chambon, secrétaire général du SNPNC à Jean-Pierre Mithois, 22 juin 1982, archives du SNPNC.

[1434] Maurice Delaigue, *opus. cit.*

[1435] Entretien avec Charline.

aux protocoles d'accord[1436]. Il est notamment reproché au SNPNC de s'insérer trop profondément dans les politiques de gestion de l'entreprise, au point de se confondre avec l'encadrement. À travers la « section Cadres PNC », le SNPNC est progressivement associé aux politiques de sélection, de formation et de contrôle du personnel. En 1977, il signe un protocole d'accord temporaire sur le recrutement du PNC avec la direction, dans lequel sont explicitées les modalités et les conditions de recrutement, les conditions d'intégration au personnel statutaire ou encore les spécificités d'embauche du « personnel étudiant »[1437].

À la différence du personnel au sol où le clivage cadre / exécutant est marqué par de vives tensions, « *il existe, dans les syndicats PN une solidarité de groupe qui passe avant les tensions normales qui peuvent exister* »[1438]. Par son contenu, l'activité syndicale se rapproche de l'activité d'encadrement. Elle aussi s'intéresse à l'analyse des documents de la direction, à la manipulation de chiffres, à la gestion d'équipes salariales. Selon les mots de Maurice Delaigue, le « technocratisme syndical » devient même une excellente école de formation des cadres, pour ne pas dire une école nécessaire. Camille confirme cette direction prise par le syndicat, ce qui génère chez elle de la frustration. Au milieu des années 1980, elle renonce à s'impliquer dans l'activité syndicale, n'y trouvant pas le sens qu'elle y prêtait :

> « [J'ai éprouvé] *des désillusions sur les motivations des gens à se syndiquer… On m'a expliqué que c'était génial parce que je pourrai faire mes plannings, je pourrai avoir tous mes week-ends... Voilà ! Je suis un peu puriste : j'y allais pour faire évoluer les conditions de travail pas pour être une salariée protégée* »[1439].

Ce témoignage fait écho aux critiques que les salarié·e·s de l'Aérospatiale adressaient à FO, le « syndicat maison » des années 1970, à savoir un détournement de l'activité syndicale au profit d'intérêts personnels et carriéristes[1440]. Malheureusement, nous ne disposons pas d'un corpus suffisamment étoffé pour analyser la trajectoire politique du SNPNC. Plusieurs indices prêtent néanmoins à croire qu'il opère la même transformation politique que la plupart de ses

[1436] *Memovol*, octobre 1982, archives du musée Air France.

[1437] Protocole d'accord sur le recrutement temporaire du PNC, 7 juillet 1977, archives du SNPNC.

[1438] Maurice Delaigue, *opus. cit.*

[1439] Entretien avec Camille, *opus. cit.*

[1440] Clair Juilliet, *opus. cit.*

homologues français : il abandonne une stratégie offensive au profit d'un syndicalisme institutionnalisé, portant davantage les revendications individuelles qu'un rapport de force collectif. Grâce à des données plus nombreuses, on pourrait sans doute observer une manifestation de ce que Luc Boltanski et Ève Chiapello ont caractérisé de rationalisation de l'activité syndicale : si le patronat accepte de se convertir aux politiques de négociation, c'est qu'il croit « au nouveau sérieux » de ses antagonistes[1441]. Cette quête de « rationalité » amène les structures syndicales à performer un éthos de gestionnaire.

Le SNPNC n'a jamais été aussi puissant qu'à partir des années 1970, où il s'impose comme un acteur indispensable de la vie professionnelle. À écouter Charline, l'adhésion au SNPNC devient presque mandataire :

> *« Moi quand je suis rentrée en 1972, le premier équipage avec qui j'ai volé m'a dit « ma grande, bienvenue à Air France, tu as deux trucs à faire : tu te prends ton assurance perte de licence et tu te syndiques » ! À ce moment-là il n'y avait que le SNPNC. Dans le mois et demi qui suivait ma mission, j'avais les deux ! C'était impératif (...). On disait que c'était lui qui défendait nos intérêts, que si on avait la vie qu'on avait c'était grâce à eux, qu'il fallait qu'on soit représentés, qu'on était trop nombreux pour se défendre tout seul, qu'on était trop éparpillés. Ce n'était pas comme dans une boîte ou un bureau où on travaille tous ensemble et on fait remonter à la RH. Nous on était des points isolés. Ils disaient que c'était la seule façon de dire ce qui allait de ce qui n'allait pas »*[1442].

Ce réflexe, qu'on peut envisager comme une forte politisation du personnel navigant, témoigne en réalité du succès des politiques de dépolitisation menées par la direction. En abandonnant la stratégie gréviste, le SNPNC resserre son activité sur les problèmes individuels. Il devient une institution au sein de l'institution, mobilisant un personnel compétent dans les contentieux qui opposent les salarié·e·s à l'entreprise (médecins, juristes, etc.). En 1982, chaque adhérent·e cotise 62 francs mensuellement, soit l'équivalent de 25 euros contemporains[1443]. Anne se souvient que cette cotisation permettait certains avantages,

[1441] Luc Boltanski et Ève Chiapello, *opus. cit.* p. 281

[1442] Entretien avec Charline.

[1443] Conversion réalisée grâce au tableur de l'INSEE. URL : https://www.insee.fr/fr/information/2417794

notamment l'accès à une assurance professionnelle efficace[1444]. En comptabilisant plus de 4000 membres, le SNPNC bénéficie d'un budget tout à fait significatif. Il salarie une quinzaine d'employé·e·s permanent·e·s au début des années 1980. Cette infrastructure syndicale bénéficie largement aux PNC : Camille se tourne par exemple vers leur conseil pour demander un temps partiel après la naissance de son premier enfant.

4.2.2.4. Les formations et leur contenu idéologique

La méthode managériale dominante des années 1960 est celle d'une direction par objectifs : les entreprises privilégient la fonction, l'impersonnalité des décisions et le respect des cadres hiérarchiques imposés. Deux grands problèmes sociologiques rendent inopérantes cette méthode. D'une part, les jeunes cadres se sentent cantonnés à des rôles dégradants d'exécution. D'autre part, le gigantisme des entreprises complexifie la gestion du corps salarial, notamment en accentuant la distance qui sépare l'encadrement du personnel de base. À l'inverse, le modèle dominant des années 1990 est celui d'une gouvernance par réseau : dans le discours, il s'agit de bannir les formes organisationnelles hiérarchiques et d'émanciper le salariat en l'insérant dans une « famille » professionnelle. Dominé par le champ lexical de la flexibilité, de l'innovation technologique ou de la créativité, la figure du manager s'apparente à celle d'un « coach », dont la tâche principale est d'organiser le potentiel humain des équipes sous sa responsabilité[1445]. Ce basculement se fait de manière progressive et hétérogène en fonction des secteurs d'activité. Par ailleurs, son analyse ne peut se réduire au monde du travail, tant il est concomitant de l'individualisation croissante des cadres de vie occidentaux et du délitement des structures collectives de sociabilité. Pourtant, la rénovation des modalités managériales du dispositif capitaliste implique une action idéologique ciblée, qu'on repère notamment dans l'évolution des systèmes de formation. Ainsi, le troisième volet qu'ouvre la séquence post-1968 est celui de la rénovation profonde de l'idéologie de l'encadrement.

[1444] Entretien avec Anne. Sans pouvoir s'en souvenir avec précision, nous pensons qu'il s'agit de l'assurance perte de licence à laquelle se réfère Charline un peu plus haut.

[1445] Luc Boltanski et Ève Chiapello, *opus. cit.* pp.110-132

Dès 1971, la direction d'Air France met en place des stages expérimentaux à destination de la maitrise et des cadres. Le choix du contenu et la prise en charge de la formation sont confiés à des entreprises extérieures, notamment aux SIPCA – créées en 1954, spécialisées dans l'activité de consultation. Le recours à des « entreprises expertes » est à ce moment-là fréquent : on peut citer l'intervention de la SOGIC dans la formation des cadres de l'Aérospatiale à partir des années 1970[1446]. Ces entreprises proposent des formations à de nouvelles dynamiques managériales. À l'aide des SIPCA, Air France revisite en 1972 le contenu de ses stages afin d'en améliorer trois points :

- « *Favoriser un developpement de la personne par la réflexion sur les relations professionnelles journellement vécues et leur évolution*.
- *Aider les intéressés à assurer un degré de responsabilité accru en leur faisant mieux connaître les procédures, les méthodes et les moyens que leur compagnie met à leur disposition.*
- *Leur permettre de mieux situer leur propre action dans l'effort d'ensemble de la compagnie* »[1447].

On y identifie le projet idéologique caractéristique de cette séquence, à savoir s'assurer du soutien stratégique des cadres de l'entreprise en valorisant leur rôle organique de gestionnaires.

En 1972, le conseil d'administration célèbre l'embauche de « *jeunes cadres diplômés* » des grandes écoles pour mieux « *préparer l'avenir* »[1448]. En s'appuyant sur ces recrues à la fonction idéologique assumée, la direction entreprend de former l'ensemble du personnel gestionnaire aux nouvelles méthodes managériales. Une série de stages, organisés en octobre 1973, rassemblent les cadres supérieurs autour de leur directeur, avec « *pour objet de traiter des problèmes concrets de relations du travail* »[1449]. Le contenu de cette dynamique de formation ne fait pas de doute : en 1973, une note interne à la direction du personnel révèle que « *les actions de perfectionnement ne doivent absolument pas avoir un caractère*

[1446] Clair Juilliet, *opus. cit.*

[1447] *France Aviation*, n°209, avril 1972.

[1448] Rapport d'activité du conseil d'administration de 1972, archives du musée Air France.

[1449] Rapport d'activité, 1973, *opus. cit.*

autoritaire, l'encadrement doit savoir que son rôle d'animateur implique qu'il doit aider et soutenir les agents »[1450].

Un document de la direction des transports nous renseigne sur les effets concrets de la rénovation idéologique de la plus haute hiérarchie, particulièrement à travers la conception des stages de formation de l'encadrement. En novembre 1974, la direction des transports annonce une reformulation des stages spécifiques aux CC. Son objectif est de « *mieux faire connaître Air France aux stagiaires et mieux les situer dans cette entreprise* »[1451]. Le document, long de 115 pages, détaille tous les aspects de la formation. Il s'arrête sur la gestion du commissariat, sur les protocoles long-courrier et moyen-courrier, ou encore sur les questionnaires clientèles. Il subordonne l'ensemble des thématiques à une vision d'ensemble plus globale de l'entreprise. Pour préparer les stagiaires à assumer la fonction de CC, l'encadrement insiste particulièrement sur leur fonction « d'animation », qu'elle définit de la sorte : « *animer, pour un chef de cabine, c'est mettre sur pied l'organisation du vol, se tenir informé, informer les autres, leur donner des directives précises et les aider dans la réalisation de leurs tâches* ». Ces prérogatives d'encadrement reposent sur quatre piliers, dont le contenu sémantique fait immédiatement écho à la rénovation managériale en cours : l'organisation, l'information, le commandement et la pédagogie. Chaque thématique est abordée selon une double perspective. Idéologique, d'une part, à savoir la définition de ces termes aux yeux de l'entreprise. Pragmatique, d'autre part, soit l'apprentissage de « recettes pratiques » pour appliquer les objectifs fixés par la direction. Air France cherche principalement à développer « *de bonnes relations au niveau du personnel* » et de mieux intégrer ce dernier aux circuits d'information. On trouve de nombreuses pages dédiées à l'application de cette volonté politique. Par exemple, lorsque les stagiaires apprennent quels sont les actes de commandement qu'iels devront mener en tant que futur·e·s CC, iels doivent travailler à « *donner des ordres* » selon différentes mises en situation, discutées en groupe et validées par l'encadrement. En voici quelques exemples :

> *« Vol Orly-Budapest : pendant l'embarquement des PAX, vous apprenez incidemment qu'une des hôtesses a oublié son passeport.*
> *À BKK, vous apprenez qu'un de vos PNC n'est pas vacciné contre le choléra.*

[1450] *ibid.*

[1451] Stage chef de cabine, « Qu'est-ce qu'Air France », document de la direction des transports, novembre 1974.

SE 210 ou B707 - faible remplissage. Au décollage, à l'arrière, un PNC lit son journal.
Vol Orly/Mad - Lors de l'embarquement, les PNC n'ont pas respecté les postes que vous leur aviez attribués »[1452].

L'action de l'encadrement doit répondre au triptyque : « *clarté, efficacité et souplesse* ». La souplesse du commandement signifie, pour l'entreprise, une meilleure intégration des initiatives personnelles du personnel d'exécution, Elle favorise la rotation constante du PNC à différents postes, en fonction des attributs et des compétences de chacun·e. De la même manière, le contenu consacré à « la circulation de l'information » trouve des pistes de résolution managériales. Il s'agit par exemple de créer « *un climat de confiance entre les émetteurs et les récepteurs pour créer l'envie de communiquer* ». Concernant le style de commandement, Air France défend une « *méthode démocratique* », « *qui tient compte de l'avis des collaborateurs intéressés* » et qui implique « *une délégation temporaire d'autorité* ». Cette dernière, au cœur des programmes de restructuration dans les entreprises, est définie de la sorte : « *l'autorité est une relation, ce n'est pas un conflit* ». Signalée en grosse typographie, cette maxime concentre à elle seule le nouvel engagement idéologique de l'encadrement supérieur. Il s'agit de dépolitiser au maximum les rapports de domination, en suggérant que les relations au travail se caractérisent par la manière dont on les fait exister discursivement, et non pas à travers leur fonction hiérarchique dans l'organisation. Ces stages de formation rendent « pragmatiques et rationnels » des énoncés idéologiques, en les insérant directement dans des pratiques sociales inspirées du mouvement anti-autoritaire de la séquence 1968.

Dans la continuité du renouvellement de l'entreprise, les stages à destination du personnel navigant pour l'année 1976-1977 font eux aussi l'objet d'une intervention politique. L'objectif est de former les équipes PNC selon un cycle de perfectionnement de trois journées[1453]. La commission chargée de l'organisation prévoit de mobiliser un adjoint à la division sol et deux instructeur·ice·s, à raison de deux stages par semaine. Des équipes de 24 personnes doivent combiner 16 hôtesses et stewards avec 8 CC. Les journées de formation sont, dans l'intitulé, consacrées à « l'amélioration du service ». La première séance est dédiée

[1452] *Ibid.*

[1453] Stages PNC 1976-1977, rapport du centre PNC à la direction des transports, 1976, musée Air France. Nous ne parlerons pas ici de la troisième journée car elle retiendra notre attention dans la rubrique « 4.3.3.1 ».

au service Première classe. Les chef·fe·s de cabine s'intéresseront de leur côté aux politiques de commissariat (prestations, ventes à bord, nettoyage des avions, etc.). Iels visiteront la DAHR (le centre commissariat d'Air France, afin d'y découvrir le montage des plateaux, la chaîne du froid, etc.) et assisteront à des essais en cuisine-pilote. Les PNC sont, quant à elleux, sensibilisé·e·s au service Première classe et à sa valorisation auprès de la clientèle. La deuxième journée vise à une « *insertion réussie dans le travail d'équipe* » : le contenu technique et spécifique au monde de l'aérien disparaît au profit d'une formation résolument plus idéologique. Rassemblé·e·s en groupes de 12 (8 PNC et 4 CC), le personnel visionne un documentaire sur le thème de l'autorité, à l'issu duquel un débat est organisé par les organisateur·ice·s. Les objectifs fixés sont de « *mettre en évidence l'image de soi et l'impact de chacun dans un groupe* », de « *réfléchir et se situer face au problème de l'autorité* », d'« *aboutir à une conception commune et acceptée par les PNC* ». La direction encourage vivement les « *animateurs à être directifs sur la forme* », sans pour autant produire les idées. Il est souligné l'importance de faire parler chaque participant·e et d'accueillir toutes les opinions. Pourtant, il est attendu des cadres de « *dégager et clarifier les sentiments émis* », de « *reformuler* » ou de faire « *des synthèses partielles d'étapes* ». Au regard de leur conception, ces séances de débat ressemblent davantage à des séances d'assimilation du langage entreprenarial et de son usage dans le cadre professionnel. Si le cadre dominant est nommé « animateur », il conserve le pouvoir de la reformulation, de la synthèse et de la conclusion. À cela ce rajoute la décision unilatérale du choix de l'espace et du contenu des discussions. Finalement, il s'agit d'intervenir sur la dynamique de groupe propre à l'équipage : l'encadrement cherche à orienter les modalités de communication au sein des collectifs de travail et notamment dans leur rapport à la hiérarchie. La réussite de ce modèle s'illustre bien dans l'interview que fournit Daniel Nathan à *France Aviation* en avril 1987. Chef PNC du secteur long-courrier 1 (Japon et Concorde), il est interrogé sur sa vision du métier. En tant que gestionnaire, il annonce notamment vouloir « *faire vivre l'esprit concurrentiel au niveau de chacun* » et de « *faire en sorte que chaque employé sache sa place dans l'entreprise pour en adopter les objectifs* »[1454]. Il insiste notamment sur l'importance de l'identification à Air France selon un registre émotionnel fort, à savoir celui de « *l'identité* ».

4.2.2.5. La promotion de l'éthos communicationnel

[1454] *France Aviation*, n°368-359, avril 1987.

On observe sur les années 1970 la multiplication des techniques d'information. Si ce n'est pas une nouveauté en soi, c'est encore une fois l'investissement idéologique dont ils font l'objet qui les caractérise sur la séquence. Maurice Delaigue questionne : « *suffit-il d'informer ?* ». Ce qu'il nomme « *l'effritement de la tradition autocratique* » après 1968 ouvre la voie vers de nouvelles formes de sociabilité :

> « *Communiquer ce n'est pas seulement transmettre, mais c'est mettre en commun, échanger, partager, se consulter* (…). *Il faut donc se méfier des formules qui tendent seulement à influencer, formules un peu trop facilement utilisées par l'encadrement et qui sont souvent perçues comme des manipulations* »[1455].

Cette réflexion fait écho à ce qu'Eva Illouz nomme « l'éthos de la communication ». Dans le monde du travail, cette dernière relève d'« *une technique de gestion de soi reposant largement sur le langage et sur une gestion appropriée des émotions, qui vise à obtenir une coordination inter et intra-émotionnelle* »[1456]. Apprendre à communiquer au sein du collectif professionnel relève de l'évidence, mais il s'agit en réalité d'une révolution dès lors que les voies de la communication sont mises sous tutelle managériale. La redéfinition des politiques de communication est effective sur deux plans : l'intégration de l'ensemble du personnel aux logiques d'entreprise et la revalorisation de la fonction « cadre » à travers son homogénéisation.

Au niveau organisationnel, la présidence d'Air France concède une décentralisation de son travail de secrétariat pour permettre une meilleure circulation des informations. Elle vise à « *l'intégration des facteurs humains en tant qu'élément de décision* » [1457]. Des réunions mensuelles entre les différentes directions avec la direction du personnel sont systématisées. Elles visent à améliorer la synergie du personnel d'encadrement. Cela renforce la capacité des cadres à se penser non plus comme des technicien·ne·s opérant au sein d'une case, mais plutôt comme des intellectuel·le·s organiques de la compagnie[1458], capables d'assumer un rôle actif

[1455] Maurice Delaigue, *opus. cit.*

[1456] Eva Illouz, *Les sentiments du capitalisme,* Le Seuil, 2006, p. 43

[1457] Rapport d'activité de 1973, *opus. cit.*

[1458] L'intellectuel organique est, comme le définit Gramsci, le produit d'une nouvelle classe sociale, générant des individus capables de produire une pensée homogénéisatrice de la classe sociale. Les intellectuels organiques pensent leur fonction au sein de la classe et leur spécialisation dans l'ordre économique, social et culturel. Voir Antonio Gramsci, *Les cahiers de prison*, dans André Tosel (dir.), *Textes choisis,* Le Temps des Cerises, 2014, p.

de gestion et d'architecte de la structure sociale de l'entreprise. Cette classe professionnelle, dont le rôle est encore flou au tournant des années 1960, se dote d'outils de communication spécifiques afin de solidifier son identité.

Dès 1970 les cadres de l'entreprise se rassemblent autour d'une presse écrite « grand public ». Développée par la direction des opérations aérienne en 1969, la revue *Intrado* commente l'activité navigante de la compagne en insistant particulièrement sur « *la qualité de service* »[1459]. Plus spécifique encore aux cadres, le journal *Cadrages* « *vise à être un instrument de travail pratique, souple, évolutif, destiné à informer ses lecteurs (...) au moyen de nouvelles (...), d'articles, (...) d'une liste de références, d'articles ou d'ouvrages offerts en libre-service* »[1460]. Le journal est réalisé par différents services de l'entreprise. À destination explicite des cadres, le mensuel se révèle être un outil d'homogénéisation de leur culture intellectuelle. Elle propose des revues de presse spécialisées de la littérature, comme la lecture d'une conférence de John K. Galbraith, célèbre pour son ouvrage de politique économique *Le nouvel état industriel*[1461]. Le comité éditorial considère également les actualités managériales internationales, en commentant par exemple l'action du nouveau groupement économique GAEIAL (Groupement pour l'aménagement et l'exploitation des infrastructures aéroportuaires locales), etc. La revue est diffusée à l'ensemble des PNT et de l'encadrement PNC à partir de janvier 1978[1462]. Éditée jusqu'en 1988, *Cadrages* mériterait une lecture approfondie. Cela pourrait mettre en lumière certaines variations localisées de l'idéologie managériale à Air France. On observe par ailleurs une ouverture générale de la presse d'entreprise à la parole des cadres. Le comité éditorial de *France Aviation* cherche à se rapprocher davantage de ceux qu'elle nomme les « *intéressés* », mais ne réussit finalement qu'à promouvoir le discours des cadres supérieurs. La revue emblématique est ainsi critiquée à l'été 1974 pour sa ligne éditoriale, souvent éloignée des problématiques réelles que rencontrent le personnel. Un sondage montre en effet que beaucoup lui reprochent « *un œil trop optimiste* »[1463].

223

[1459] *Intrado*, n°3, 1969.

[1460] Communiqué de l'encadrement d'Air France (source inconnue), « Cadrage sur *Cadrages* », 15 mai 1970. Archives nationales, fonds d'Air France, cote n°20180302/208.

[1461] *Cadrages,* n°1, 15 mai 1970.

[1462] Rapport d'activité du conseil d'administration de 1978, archives du musée Air France.

[1463] *France Aviation*, n°235, juillet / août 1974.

En 1975, Air France installe de nouveaux « *moyens d'information télévisuels* » dans les locaux PNC à Roissy et Orly[1464]. Ces écrans permettent de diffuser en permanence des contenus relatifs à l'entreprise. À partir de 1972, la compagne déploie le système GAETAN (Gestion automatique de l'enregistrement à traitement alpha numérique). Il est conçu « *pour répondre aux besoins commerciaux d'Orly et de Roissy* ». Ce système centralise par voie informatique toutes les données relatives au chargement d'un avion (poids, commissariats, sièges attribués, etc.). Il permet, entre autres, d'optimiser le remplissage, d'attribuer automatiquement des sièges et de faciliter le renseignement à la clientèle[1465]. La numérisation du service de vol est une piste qu'Air France exploite au maximum afin de fluidifier les plannings du personnel navigant. Alpha 3, le nouveau système de réservation développé en 1970, devient également à terme une plateforme sur laquelle circulent des informations relatives à l'entreprise[1466].

Au tournant des années 1970, la communication s'affirme être le nouveau cheval de bataille de l'encadrement PNC. Un groupe de travail « Information » est créé à la suite du mouvement de 1968. Il cherche à mieux intégrer le corps salarial à la production et à la diffusion des informations relatives à l'entreprise[1467]. Plus efficace encore, la direction du transport publie la nouvelle version de *Memovol* en janvier 1971. Désormais consacrée exclusivement à « *l'information PNC* », la revue propose désormais des « flash infos » relatifs à l'environnement professionnel : synthèses de l'activité Air France, informations sur les perturbations dans l'exploitation (travaux dans un aéroport, changement des horaires de navette, etc.), mises à jour constantes des protocoles de service, etc. Le numéro de mai 1976 informe, par exemple, qu'il est prévu de remettre en place le système de dosettes de sucre et de petites cuillères sur les classes économiques[1468]. *Memovol* sert également de lien direct entre l'encadrement et le PNC. Le bulletin informe à plusieurs reprises le personnel sur les moyens de rencontrer sa hiérarchie. En publiant les noms, les photos et les disponibilités des cadres supérieurs, les PNC sont souvent invité·e·s à discuter avec leur encadrement (sous la forme parfois injonctive de « *VENEZ DONC rencontrer vos cadres* »[1469]). Entre 1975 et 1977, l'encadrement organise plus de 61 « *journées portes ouvertes* », afin de désenclaver la

[1464] *Memovol*, août 1975, Archives Nationales, cote 20180302/220.

[1465] *France Aviation*, n°209, avril 1972.

[1466] Rapport d'activité du conseil d'administration de 1978, *opus. cit.*

[1467] Maurice Delaigue, *opus. cit.*

[1468] *Memovol,* mai 1976, archives du musée Air France.

[1469] *Memovol,* avril 1975, archives du musée Air France

fonction PNC et la replacer dans le contexte globale de l'organisation[1470]. Mélangeant avec fluidité dessins humoristiques, consignes et objectifs, *le Memovol* se veut un outil didactique venant fluidifier les rapports hiérarchiques tout en les consolidant.

La nouvelle formule de 1971 connaît un franc succès. D'après les résultats d'un sondage réalisé en 1978, *Memovol* est l'outil de communication jugé le plus efficace par la communauté PNC[1471]. En terme d'intérêt, il dépasse le journal d'entreprise *France Aviation*, qui reste par ailleurs très haut dans l'estime du personnel d'Air France (particulièrement chez le PNC, qui le juge bien plus distrayant que *Memovol*). Ce sondage est organisé par un groupe d'étude, qui réunit des membres de la direction et des représentants des syndicats de cadre. Ce groupe cherche à promouvoir la circulation de l'information dans l'entreprise, « *qu'elle soit montante ou descendante* » ; 41 % des effectifs de la société y répondent[1472]. Ce groupe est à l'initiative une campagne de rénovation de la presse d'entreprise en 1979, au terme de laquelle *France Aviation* prend la forme d'un magazine, plus facile à manipuler.

Un dossier consacré au PNC de 1990 revient sur l'évolution générale des cadres de travail. Publié par *France-Aviation*, l'article vise à ancrer le personnel contemporain dans l'histoire mythique de la compagnie. En commentant le virage décisif amorcé par les gros-porteurs, le texte indique la fin d'un métier prestigieux, extraordinaire et exclusif, rassemblé dans la formule « *service minuté pour client roi* »[1473]. Loin de s'appesantir, l'article encense les capacités du PNC, décrit comme une profession résiliente, formidablement organisée et synchronisée. En suivant un équipage sur Boeing 747 à Montréal en octobre 1970, Maurice Delaigue publie pour *France Aviation* un récit des nouvelles routines de travail sur cet appareil. L'équipage est composé de 3 CC, de 7 hôtesses et de 4 stewards. Si l'appareil décolle à 11h, les CC sont présent·e·s au petit matin pour coordonner le plan de service. Il leur faut se présenter à la banque PN d'Orly pour faire l'inventaire du matériel de service et administratif. Ensuite, les CC se présentent au « faisceau B 747 » pour prendre les consignes du cadre PNC de permanence. À 9h30, l'ensemble de l'équipage se retrouve dans le salon du Boeing (au premier étage). Les PNC rencontrent leur commandant de bord et se voient attribuer leur fiche de vol, rédigée lors d'un *briefing* pré-vol. Elle précise les tâches de

[1470] Maurice Delaigue, *opus. cit.*

[1471] *France Aviation*, n°278, juin 1978.

[1472] Rapport d'activité 1978, *opus. cit.*

[1473] *France Aviation*, n°337, décembre 1990.

chacun·e et leur rôle dans les protocoles de sécurité. Les stewards du galley vérifient l'embarquement du matériel de commissariat. À 12h10 les passager·ère·s commencent l'embarquement et « *il faut faire beaucoup en peu de temps* »[1474]. Les professionnel·le·s peuvent affronter la transformation de leur cadre de travail à travers la promotion de nouvelles qualités : le sens de l'organisation, le sens de la communication et l'esprit d'équipage. La revue insiste sur le fait que « *l'esprit d'équipage n'est pas un vain mot. C'est ce qui donne un caractère de club, un peu fermé, affectif et solidaire* ». En réalité, la rénovation managériale opérée sur la séquence des années 1970 sert essentiellement à maintenir la cohésion d'une profession, dont les conditions d'exercice se dégradent structurellement et rapidement.

[1474] *France Aviation*, n°194, janvier 1971.

4.3. Faire face à la dégradation des conditions de travail : l'usage encadré des émotions

Les années 1970 accélèrent ce que l'arrivée de la réaction profilait déjà, à savoir la détérioration des conditions professionnelles. Afin de maintenir le professionnalisme de ses équipages, l'encadrement resserre son action autour du travail émotionnel, soit cette capacité à performer des émotions fabriquées, qui ne sont pas véritablement ressenties. Selon la typologie établie par Hochschild, on observe qu'à mesure que « *le jeu en surface* » des hôtesses se dégrade (la scène devient petite et le public moins réceptif), l'encadrement d'Air France investit leur « *jeu en profondeur* »[1475].

4.3.1. La dégradation des conditions de travail

4.3.1.1. La surcharge des appareils

Tout au long des années 1970, le Boeing 747 s'impose comme le principal appareil d'Air France. Il représente 12% des sièges kilométriques offerts (SKO)[1476] sur le réseau d'Amérique du Sud en 1972. En 1975, il en représente 44%[1477]. En 1976, 82% du trafic long-courrier est assuré par le Boeing 747 contre 16% pour le Boeing 707[1478]. À la fin de la décennie, il assure 58% du trafic aérien total de la compagnie nationale[1479]. Au-delà de la réduction des espaces de travail, il convient d'insister sur l'augmentation du volume de passager·ères. Cette surcharge des vols impacte également le secteur moyen-courrier, qui se dote progressivement d'appareils à large fuselage. Le déploiement d'une flotte Airbus à partir de 1974 permet d'augmenter sans précédent la capacité de portage : pour se figurer cette évolution sur trente ans, l'A 300 embarque 12 fois plus de passager·ère·s que le DC 3. Sa version A 300 B2 permet le voyage de 261 personnes. En 1980, les vols Airbus représentent 11,4% de l'activité Air France, contre 10,5% pour les Boeing 727 et seulement 4,6% pour la

[1475] Arlie Russell Hochschild, *opus. cit.*

[1476] Nombre de sièges disponibles multiplié par la distance kilométrique parcourue. Ce chiffre ne prend pas en compte le coefficient de remplissage, contrairement au SKT (siège kilométrique transporté).

[1477] Rapport d'activité de 1974, *opus. cit.*

[1478] Rapport d'activité du conseil d'administration, 1976, archives du musée d'Air France.

[1479] Rapport d'activité du conseil d'administration, 1979, archives du musée d'Air France. Ce pourcentage représente l'usage indiscriminé du B 747, sans prendre en compte ses différents aménagements. Dans le détail : le B 747 représente 44,6%, le B 747 « combiné » 9,6% et le B 747 « Vacances » 4,2%.

Caravelle (dont Air France se sépare petit à petit dès 1972, envisageant son remplacement total par les Airbus).

Plus la clientèle est nombreuse, plus le stress lié à sa gestion augmente. Maurice Delaigue observe sur le vol Paris – Montréal une multiplication des « *cas particuliers et de petits problèmes* » : un repas végétarien oublié par le commissariat, un bébé qui réclame un biberon à chaque heure, un groupe de jeunes hommes bruyants autour d'une « *jolie Canadienne* », etc.[1480]. Sylvie, une hôtesse embauchée en 1970, se souvient de devoir gérer un incident médical sur presque chaque vol long-courrier :

> « *J'ai eu des morts à bord, un bébé qui est mort… A la fin de ma carrière, j'étais plutôt transformée en secouriste qu'en cheffe de cabine principale. Il n'y avait pas un vol où il n'y avait pas une intervention médicale à faire. Il m'est arrivé de faire des massages de cœur à bord avec un médecin des hôpitaux suisses. Il m'est arrivé d'essayer de ramener une antillaise à la vie sans y arriver (…). La fin de ma carrière, c'était des gens qui avaient soit abusé d'alcool, soit abusé du soleil, soit abusé des tours opérateurs : faire le maximum de choses en un minimum de temps, ils arrivaient à bord en étant séchés ! Il n'y avait pas un vol sans problème. Je prenais le micro et demandait s'il y avait un médecin de disponible. J'étais obligé de faire cette annonce sur presque chaque vol. En gros, c'était souvent des malaises vagaux, des gens qui n'étaient pas au bord de la mort. J'ai eu des infirmières quand il n'y avait pas de médecin, des gens du paramédical…* »[1481].

À travers les Vols Vacances, la compagnie réduit les coûts fixes de ses flottes gros-porteurs grâce à une optimisation de l'espace dans l'appareil, diminuant par conséquent le volume alloué aux bagages et aux couloirs[1482]. Deux Boeing 747 sont aménagés de façon à accueillir 500 passager·ère·s : la compagnie pousse au maximum ses capacités d'accueil en réduisant de 5 cm l'espacement entre les rangées de sièges[1483]. Anne, ayant commencé sa carrière en 1971

[1480] *France Aviation*, n°194, *opus. cit.*

[1481] Entretien avec Sylvie, *opus. cit.*

[1482] Rapport d'activité de 1979 *opus. cit.*

[1483] *Le Monde*, 22 mai 1979.

sur long-courrier aux Antilles, rejoint Sylvie dans son témoignage ; en raison de la quantité extraordinaire de personnes embarquées, les incidents deviennent le quotidien des professionnel·le·s.

> « *Quand vous êtes avec 499 passagers, c'est la taille d'un village : la possibilité ou la probabilité de problèmes passagers devient évidente ! Soit des problèmes de santé, des problèmes de manteaux, etc., etc. Le métier a beaucoup évolué à ce moment-là dans la relation avec les passagers* »[1484].

L'aménagement des A 300 B4 sur les vols Vacances compose avec 48 sièges Économiques à l'avant de l'appareil et 261 sièges Vacances, plus resserrés, à l'arrière. Ils reçoivent en moyenne 300 passager·ère·s sur les vols moyen-courrier à destination d'Istanbul, Athènes et de Tel Aviv[1485]. Sur vol long-courrier, les équipages commerciaux sont réduits à 10 PNC et le service à son strict minimum : des boissons sont disponibles en « libre service » et des coffrets repas sont distribués avant l'embarquement. Il n'y a ni cinéma, ni distribution de journaux, ni musique. La clientèle n'a pas le choix d'un siège fumeur ou non fumeur à l'enregistrement. Elle va elle-même déposer ses valises près d'un conteneur pour les conduire en soute. Les PNC ne possèdent que 5 sièges de repos[1486].

Air France tente de remplir au maximum ses avions à large fuselage. À en croire l'évolution positive des coefficients de remplissage sur la décennie, cette politique est un succès. Sur l'année 1971, les avions sont remplis en moyenne à 53,5% de leur capacité. En 1982, ce chiffre s'élève à 64,1%. Cette évolution traduit un effort de rationalisation de l'activité gros-porteur, notamment sur les secteurs en pleine croissance, comme le faisceau « Antilles » qui affiche un coefficient de 71,7% pour l'année 1978/1979[1487]. Ce sont les vols long-courriers qui sont les plus remplis, annonçant davantage de travail pour les équipes PNC. L'encadrement rappelle que sur B 747, il faut « *une présence constante d'un PNC dans chaque cabine à la vue des Passagers et non dans les offices* ». Le bar salon du B 747 mixte doit être ouvert en permanence comptant avec un·e PNC[1488].

[1484] Entretien avec Anne, *opus. cit.*

[1485] *France Aviation*, n°284, janvier 1979.

[1486] Avenant au protocole d'accord relatif au service long-courrier subsonique du 5 avril 1979, signé entre la direction Air France et le SNPNC le 6 mars 1980.

[1487] Rapport d'activité de 1979, *opus. cit.*

[1488] *Memovol*, septembre 1978.

Le gel de l'embauche est un effet direct de la politique austéritaire menée pour lutter contre le choc pétrolier de septembre 1973. La direction tente de stabiliser ses équipages commerciaux autour de 3200 actif·ve·s (voir tableau n°8). Le syndicat accuse la direction de maintenir les PNC en condition de « *sous-effectif chronique* »[1489], en refusant d'embaucher du personnel à hauteur des besoins. À partir de l'hiver 1978, le SNPNC lance un mouvement de protestation contre cette sur-sollicitation du personnel de bord. Il cherche à accélérer les négociations pour un protocole long-courrier, afin de reconsidérer les plans de service et d'alléger les charges de travail[1490]. Le mouvement débouche sur la signature d'un protocole d'accord prévoyant 15 PNC à bord des Boeing 747[1491]. Pourtant, en septembre 1978, le SNPNC déclenche un nouvel arrêt de travail de 48h. Il dénonce le non-respect du protocole établi selon la méthode contractuelle. Il annonce au *Monde* que les « *hôtesses et stewards ont passé un été épouvantable* » et qu'iels « *sont à bout de nerf* »[1492].

Date au 1er janvier	**Nombre de PNC à Air France**
1974	3306
1975	3167
1976	3200
1977	3250
1978	3756

Tableau n°8: la stagnation de l'embauche PNC à la suite du choc pétrolier. Données élaborées avec les bilans sociaux[1493].

Anne, embauchée en 1971 se souvient de ses débuts sur Boeing 747 dans des conditions de travail « *extrêmement dures* »[1494]. La « grève du surmenage » n'impacte pas réellement la compagnie : tous les vols long-courriers sont maintenus. Ce conflit se dilue dans la signature d'un avenant sur le protocole d'accord long-courrier : le SNPNC accepte des équipages diminués sur les Boeing 747 combinés (qui mélangent le fret et le transport de passger·ère·s) et « Vacances ». Ainsi, sur un vol classique, l'équipage est composé de 16 PNC

[1489] *Le Monde*, 26 septembre 1978, *opus. cit.*

[1490] *Le Monde*, 15 mars 1978, *opus. cit.*

[1491] *Le Monde*, 28 septembre 1978, *opus. cit.*

[1492] *ibid.*

[1493] Il est utile de se référer au graphique de l'introduction pour avoir une meilleure perspective sur le niveau d'embauche du PNC.

[1494] Entretien avec Anne, *opus. cit.*

(dont 1 CCP et 2 CC). Sur vol combiné, l'équipage est réduit à 12 PNC (dont 1 CCP et 2 CC). Sur « vols Vacances », il est réduit à 10 (dont 1 CCP et 1 CC)[1495]. Concernant les moyen-courriers sur Airbus, les équipages sont fixés à 7 PNC (dont 1 CCP et 1 CC)[1496]. La reprise de l'embauche de nouveaux PNC au tournant des années 1980 stabilise la situation sociale. Ce mouvement traduit cependant une fatigue beaucoup plus profonde et une dégradation irréversible des conditions d'exercice. Cette mise sous pression des effectifs commerciaux semble généralisée à l'ensemble du secteur aérien. En 1979, la compagnie United Airlines met à pied 13 000 membres de ses équipages suite à une grève de 48h : plus de 7 800 hôtesses et stewards sont licencié·e·s[1497].

4.3.1.2. La détérioration des gestes de service

Dans le contexte dégradé du début des années 1970, le secteur de l'aviation civile entend rationaliser au maximum son activité. Dans une réunion de 1971, le conglomérat des compagnies aériennes, réunies dans l'association European Airlines Research Bureau (EARB),[1498] opte pour une réduction drastique du service en cabine dans les vols moyen-courrier de 3h maximum. Air Inter annonce par ailleurs suspendre la distribution de revues à bord : le gain de satisfaction clientèle n'est plus assez rentable. Pour des vols courts d'une heure et 10 minutes, la distribution de journaux lui coûte près d'1 million de francs[1499]. La rationalisation de l'activité de service annonce la fin d'un mythe et le resserrement des activités autour des prestations émotionnelles du PNC – notamment dans la gestion des incidents commentée plus haut.

En 1972 Air France lance le « plan 113 ». La direction commerciale cherche à faire bénéficier aux passager·ère·s d'un service à bord minimal sur vol de très courte durée. Il implique notamment un service de boissons à l'aide d'un minibar mobile et la livraison d'un coffret repas. Jean-Marie Debonno, l'auteur d'un article dans *France Aviation*, annonce que « *le PNC, libéré des longues préparations dans les offices de l'avion, passe plus de temps*

[1495] Avenant au protocole d'accord relatif au service long-courrier subsonique du 5 avril 1979, *opus. cit.*

[1496] Avenant au protocole d'accord relatif au service moyen-courrier, signé entre la direction Air France et le SNPNC le 25 mars 1980.

[1497] *Le Monde,* 3 avril 1979.

[1498] Le EARA est aujourd'hui connue sous le nom d'Association of European Airlines et compte 29 compagnies aériennes.

[1499] *Le Monde*, 8 juin 1972, *opus. cit.*

avec les passagers, ce qui permet une amélioration de la qualité du service ». Ce projet élaboré dès 1970 vise en réalité à réduire les équipages[1500]. *France Aviation* l'annonce en creux avec euphémisme : « *il a été décidé de soulager le PNC des multiples tâches de préparation qui pénalisaient le service par un pré-conditionnement très achevé des prestations* » [1501]. Cette normalisation de l'activité inquiète le SNPNC, qui s'assure d'un soutien de la part de ses adhérent·e·s à travers un référendum mobilisant 800 PNC contre la généralisation du coffret-repas[1502].

La mise en service des Airbus sur moyen-courrier poursuit la logique du « faire plus en moins de temps ». Le nouveau galley est étudié de façon à rationaliser au maximum les gestes PNC : voitures-repas débarquables, chauffe-eau nouvelle génération, etc. Le chef PNC Pierre Hindermeyer se félicite de cet aménagement, facilitant d'après-lui la prise en charge du service. Lors du premier vol du 12 mai à Toulouse, il raconte « *avoir sorti un petit-déjeuner en 29 minutes, alors que l'équipage avait vu la cabine la première fois la veille* ». Avec un peu de rodage, il est possible de faire un service petit-déjeuner complet pour 225 passager·ère·s sur un Paris-Londres en 15 minutes[1503]. Fait intéressant, l'article s'accompagne de photos de l'équipage au travail qui, contrairement aux habitudes éditoriales de la revue d'entreprise, ne sourit pas. Les PNC sont entièrement pris·e·s par leurs tâches à effectuer, comme s'iels manquait de temps pour poser face caméra (voir illustration n°42) :

[1500] Maurice Delaigue, *opus. cit.*

[1501] *France Aviation*, n°209, avril 1972.

[1502] *Le Monde*, 8 juin 1972.

[1503] *France Aviation*, n°235, juillet / août 1974.

Illustration n°44 : les visages au travail sur le nouvel Airbus, photo parue dans *France Aviation* n°235, juillet / août 1974

On devine dans ces photos l'envie de saisir la réalité professionnelle. Ces images saisissent le paradoxe du métier : l'accélération et la multiplication des gestes de service empêchent les PNC de performer la posture servicielle à laquelle iels sont pourtant formé·e·s. La hiérarchie

justifie la réduction des équipages sur vols Vacances par un service à bord quasi inexistant. D'après elle, cela permet aux PNC de se concentrer sur l'aspect relationnel : « *chaleur, cordialité, disponibilité (...) l'allégement des tâches matérielles doit vous offrir une disponibilité pour créer cette ambiance « Vacances »* »[1504]. Or, le travail PNC est accaparé par la gestion des incidents, qu'ils soient d'ordre médical ou sanitaire. On trouve dans le récit autobiographique d'Isabelle Tronquet une forte récurrence des anecdotes de vomi, d'excréments, voire de flux menstruels[1505]. Isabelle Tronquet mentionne l'effort émotionnel, presque physique, de sourire à l'ensemble d'un gros-porteur surchargé : « j*'en suis à mon 72ème au revoir à bord à la porte de l'avion. Mes joues me font mal à force de sourire, je commence même à dire Monsieur à la place de Madame* »[1506]. La disparition d'un service de qualité entraîne l'érosion d'une posture empathique et sollicitante, car l'attention matérielle à chaque client·e – un verre d'apéritif, une orchidée blanche, un menu spécifique – est un vecteur facilitant le contact émotionnel. L'encadrement ne souligne cependant jamais ce paradoxe, enfermé dans la perspective marchande d'un inaltérable grossissement des flux aériens.

Dans un article publié en février 1972 dans *France Aviation*, Maurice Delaigue revient sur l'histoire du PNC depuis 1946. Il s'attarde sur les mutations rapides du métier et sur sa nécessaire resignification. Il écrit :

> « *Le PNC n'est plus un spécialiste de l'hôtellerie. Son rôle a été très simplifié dans ce domaine : par contre, il lui faut davantage de qualités d'organisation et de connaissances techniques et de sécurité sur les gros-porteur tels le B 747* (…). *Un seul point commun avec 1939 : rechercher avant tout le confort et le bien-être du passager* »[1507].

Pour l'encadrement, rappeler l'histoire du métier donne un sens aux transformations subies, en inscrivant un salariat plus jeune dans ce long continuum glorieux de l'aviation civile. Dans une directive de 1976, la direction générale fixe des objectifs de revalorisation de la qualité du service. Elle dénonce une détérioration du service à bord, qui constitue pourtant le point fort

[1504] Memovol, avril 1979, AN cote 20180302/220.

[1505] Isabelle Tronquet, *Attachez vos ceintures ! Les confidences d'une hôtesse de l'air*, Opportun, 2019, p. 45

[1506] Isabelle Tronquet, *opus. cit.*

[1507] *France Aviation*, n°207, janvier 1972.

de la compagnie nationale sur le plan historique : « *notre réputation dans ce domaine reste bonne, mais irrégulière, et nous devons réagir contre une certaine dégradation dans un domaine où Air France a jadis excellé et où l'on attend d'elle d'être au premier rang* »[1508]. On retrouve, au plus haut niveau de la hiérarchie, cette volonté de rattacher l'éthos commercial au service mythique des années d'après-guerre. Cet objectif prend un sens managérial : il s'agit pour l'encadrement de former un personnel réceptif à ces mythologies. Huguette Reigner, cheffe PNC en 1975, revient sur l'histoire de la profession dans un entretien pour *France Aviation*. Entrée en 1948 à Air France, elle rappelle que malgré les transformations technologiques, le métier d'hôtesse conserve son essence, à savoir la sollicitude et la disponibilité :

> « *Le nombre de passagers était moins important, nous étions plus proche d'eux* (…). *Bien souvent passagers et équipage se retrouvaient dans le même hôtel* (…). *L'hôtesse d'aujourd'hui reste pourtant la même. Il lui faut toujours avoir le goût du contact humain, une grande maîtrise de soi, beaucoup de patience et d'adresse. Avec des avions plus vastes et un plus grand nombre de passagers, l'équipage doit, plus que jamais, donner une bonne image de la compagnie* »[1509].

Marie, embauchée en 1956 et devenue rapidement membre de l'encadrement, intègre elle aussi ce discours sur le travail émotionnel, se rappelant qu'elle a vécu son métier « *pour les autres* » :

> « *J'ai toujours dit que c'est un métier où on a rien besoin d'apprendre. Ou on le fait parce qu'on aime bien voir les gens confortables et contents, ou on ne le fait pas. Ça ne s'apprend pas (...). C'est un métier pour les autres. Si on n'a pas envie qu'ils soient bien, ce n'est pas la peine de le faire. S'ils vous énervent parce qu'ils vous répondent mal ou vous disent quelque chose, etc. alors il vaut mieux s'en aller !* »[1510].

[1508] Directive n°4/76 : Objectif de qualité du service. Direction Générale d'Air France. 1976. Archives du musée Air France.

[1509] *France Aviation* n°240, janvier 1975.

[1510] Entretien avec Marie, *opus. cit.*

En tant que cheffe PNC dans les années 1970, Marie anime les stages de formation sur Boeing 747. Elle y insiste particulièrement sur ce rapport émotionnel aux passager·ère·s : l'impossibilité de s'énerver, la disponibilité, le bon comportement, « *la bonne parole* », etc. Mais la transformation des rythmes de travail produit tout l'effet inverse sur les professionnel·le·s. L'encombrement de l'espace de travail conduit le PNC à dévaloriser sa clientèle. Comment se rendre disponible pour une foule ? Comment éprouver de l'empathie pour une masse de touristes ? Le langage indigène en dit long. On parle par exemple de « *bétaillère* » pour désigner les classes Économiques sur gros-porteurs. Camille utilise le mot « *favèles* » dans les années 1980, qu'elle décrit de la manière suivante : « *C'était le flunch, quoi ! C'était de l'abattage, c'était la masse* »[1511]. À la différence des gestes techniques qu'implique le service Première classe, il suffit juste de « *mettre l'eau chaude sur la poudre* » pour faire le café des classes Vacances ou des classes Économiques.

Cette dynamique initiée dans les années 1970 se poursuit à mesure que se normalise le transport aérien. Le contact avec la clientèle se détériore davantage lorsque les avions se dotent d'appareils de divertissement individualisés (écrans de cinéma intégrés, etc.). Quand Marie prend l'avion après sa retraite en 1986, elle raconte ne plus reconnaître le métier qu'elle a exercé : les « écrans » empêchent les gens de s'ennuyer et par conséquent de bavarder avec les hôtesses[1512]. C'est avec amertume qu'Anne se souvient de l'arrivée des technologies individuelles au tournant des années 1990, annonçant une rupture définitive avec ce qu'avait été le métier d'hôtesse. « *Le client est devant sa télé, avec ses écouteurs.* [L'hôtesse] *n'existait* pas ». Elle donne un aperçu imagé du travail sur les Boeing 747 dans les années 1990 :

> « *Je me souviens d'un collègue steward, sur 747, qui au moment du repas où l'on travaillait en parallèle, faisait* [elle mime deux mouvements répétitifs, un ou les bras imitent le poulet, l'autre où les mains dessinent des vagues]. *« Mais qu'est-ce qu'il fait ?! ». On termine de distribuer nos plateaux repas, je le retrouve au galley et je lui demande « mais qu'est-ce que tu faisais ? ». Bah, il me dit « ils ont leurs écouteurs sur les oreilles, alors je leur demande* [elle accompagne les mots des mêmes gestes qu'avant] *poulet ? Poisson ? Poulet ? Poisson ? »* »[1513].

[1511] Données d'entretien avec Sylvie *opus. cit.*

[1512] Entretien avec Marie, *opus. cit.*

[1513] Entretien avec Anne, *opus. cit.*

Ce processus de dégradation des gestes et de l'environnement professionnel culmine à la fin de notre séquence, dans la libéralisation du ciel européen. Les nouvelles conditions de marché amènent à la réduction des temps de rotation, où s'organise la vie en escale, plus-value reconnue et recherchée par la communauté navigante.

4.3.1.3. La fin du voyage ou l'accélération des rotations

Pour les PNC engagé·e·s dans les années 1970, l'époque dorée de l'aviation civile est terminée. Forgées dans les années d'après-guerre, leurs représentations du travail navigant s'élaborent autour de l'aventure, du voyage, des personnalités remarquables. Les PNC des années 2000 se souviennent quant à eux avec nostalgie des années 1980, là où le travail était encore prestigieux[1514]. Ce report systématique au passé annonce l'importance que prennent les récits mythiques d'Air France. Lorsque Maurice Delaigue accompagne une équipe sur Boeing 747, il rapporte une certaine désillusion des PNC les plus expérimenté·e·s, évoquant d'anciennes rotations en Extrême Orient, « *si riches en souvenirs* », qu'ils ne retrouveront plus[1515]. On regrette à demi-mot ce temps d'avant la réaction, plus propice aux voyages et à l'aventure. Constitutif du récit de la compagnie nationale, ce narratif motive en grande partie l'embauche du personnel navigant dans les années 1970 et 1980.

Notre corpus met à jour une proximité au fait aérien dans la plupart des trajectoires professionnelles, sensibles aux récits mythifiés de l'aviation civile. Dans son autobiographie éditée en 2016, Valérie Nadame, née en 1963, raconte que son goût du voyage s'est forgé petite, lorsqu'elle voyageait grâce à son père steward chez Air France. Ce contact prolongé à l'aviation civile la décide à s'engager dans la carrière d'hôtesse de l'air. Marianne, née en 1953, est également fille d'un steward chez Air France ; elle dit avoir toujours voulu faire ce métier, émerveillée par les « *malles énormes* » que son père préparait pour des rotations de 20 jours. Elle partait parfois avec lui[1516]. Philippe est lui aussi lié à Air France par son histoire familiale. Né au Maroc en 1950, son père était mécanicien pour la compagnie française ou pour la Royal Air Force. Il a intégré l'entreprise en tant que bagagiste, encore trop jeune pour

[1514] Anne Lambert, *opus. cit.*

[1515] *France Aviation*, n°194, janvier 1971.

[1516] Entretien collectif, *opus. cit.*

être steward[1517]. Marie, née en 1931, est fille d'un pilote iconique de la Ligne[1518]. Jacques, fils d'un administrateur colonial en Guinée, éprouve une fascination pour le voyage après avoir effectué un vol entre Conakry et Dakar à 7 ans. Sa rencontre avec des navigants lors de sa formation à l'école hôtelière achève de le convaincre : les récits à « *l'ambiance de colonie de vacances* » faisait « *bouillonner les envies* »[1519]. Il regardait cette profession comme une « *une voie ouverte, une échappée* ». Dans les années 1950 et 1960, Sylvie voyage beaucoup pour suivre son père, militaire dans l'armée de l'air. Elle a ainsi connu Djibouti avant même qu'il existe une liaison civile. Ce voyage lui a donné envie de devenir hôtesse de l'air ou IPSA[1520]. Née en 1949, Denise est également fille d'un officier militaire. Elle profite des déplacements, notamment en Algérie lors de la guerre, où son père survolait sa maison et battait des ailes pour la saluer, en tant que pilote de reconnaissance pour l'Armée de Terre[1521]. On retrouve dans le matériel collecté par Louis-Marie Barnier dans son travail de thèse des motivations similaires : Jacques, steward entré à Air France en 1970 est motivé par « *une vie décousue* » et par le « *voyage* »[1522]. Camille, embauchée en 1982, annonce même ne pas aimer le métier d'hôtesse : « *j'aime le voyage, j'aime l'équipage, mais je n'aime pas le* métier ». Pour elle la vie constitue à « *faire la valise* » :

> « *Je voulais une vie à part. Je ne voulais pas rentrer chez moi le soir, je voulais faire ma valise : « la vraie vie c'était la valise » (...). Dans ma légende perso (ça compte pour l'imaginaire) quand je suis née à Paris et que ma mère est sortie de la maternité, mon berceau n'était pas arrivé et mon père a ouvert une valise pour me mettre dedans !* »[1523].

Le goût du voyage et du dépaysement est le ciment historique des affects navigants. En 1954 le président d'Air France écrivait pour convaincre les futures hôtesses qu'elles seront séduites par « *le milieu de franche camaraderie du personnel* navigant » et retenues par « *l'attrait toujours nouveau du vol et du voyage* »[1524]. La découverte de nouveaux panoramas

[1517] *Ibid.*

[1518] Entretien avec Marie, *opus. cit.*

[1519] Entretien avec Jacques, *opus. cit.*

[1520] Entretien avec Sylvie, *opus. cit.*

[1521] Entretien collectif, *opus. cit.*

[1522] Entretien de Jacques mené par Louis-Marie Barnier, 1997.

[1523] Entretien avec Camille, *opus. cit.*

[1524] Max Hymans, *Revue des Deux mondes*, 1954, archive musée Air France.

reste pour beaucoup le souvenir le plus marquant de leur vie professionnelle. Denise se souvient de son premier atterrissage à Pointe-à-Pitre avec emphase :

> « *Ça a été l'émerveillement (...). Pour la première fois de ma vie que je voyais un lagon turquoise, une barrière de corail, avec cette végétation extraordinaire… Waaa ! Je me suis dit : « C'est bien vrai » ! Un deuxième émerveillement dans le même style, c'est la première fois que je suis allé à Tahiti. L'arrivée à Tahiti, alalala !* (…). *Le voyage, la découverte du reste du monde. Le métier t'ouvrait la planète !* ».[1525]

La sociabilité navigante se construit largement autour de cette expérience du voyage et des pratiques qui y sont liées. Les PNC sont habitué·e·s à « *la manucure de Bangkok* », au yéménite de Djibouti qui servait le poisson dans du papier journal, ou « *au ceviche de Lima* ». On se flatte de manger chaque plat dans son pays d'origine. Toutefois, ce rapport à l'étranger ne se conjugue que selon ses déclinaisons touristiques : détente, sports, plaisirs et découvertes. Les destinations dénudées d'infrastructures touristiques sont perçues négativement. Philippe se souvient du Nigéria comme « *d'un pays à la con* », du fait d'une forte instabilité après la guerre civile de 1967. La période que décrit Denise correspond sans doute aux troubles amenés par l'assassinat du président Murtala Ramat Mohammed en 1976 :

> « *Il y avait des mecs avec des Kalachnikov, armés, qui nous escortaient jusqu'à l'hôtel. Avec Air France sur la camionnette et le gyrophare (vachement discrets, les mecs !). Et on arrivait au petit matin, on dormait dans des hôtels cra-cra, on ne prenait même pas de douches. On repartait le soir même avec plaisir. Mais deux vols de nuit en 23h, tu étais rincée !* »[1526].

Dans une autobiographie publiée en 2015, Jacky Nacal confie sa peur du Sendero Luminoso – le parti communiste péruvien, actif dans le mouvement de guérilla dans les années 1980. Elle l'associe à un groupe de « *bandits de grands chemins* » en évacuant totalement l'aspect politique de ce mouvement[1527]. De la même manière, aux prises avec une peine sentimentale personnelle, elle décrit la rotation à Hong Kong comme *« lugubre* » et

[1525] Entretien collectif, *opus. cit.*

[1526] *ibid.*

[1527] Jacky Nacal, *Journal d'une hôtesse de l'air*, Edilivre, 2015, 63 p.

« *infestée de Chinois* ». Denise se souvient de la pauvreté à laquelle les PNC sont confronté·e·s régulièrement, notamment dans les rotations en Amérique du Sud. Ce rapport semble irréel, comme parallèle au circuit touristique des navigant·e·s :

> « *Quand on sortait de la Mosca Blanca, je me souviens des petits enfants avec leurs petites assiettes… On prenait des trucs et on leur donnait. Je me souviens à Rio, dans une churrascaria, j'avais pris des os avec de la viande et du gras dessus pour les chiens de mes amis. Et en sortant, des mecs nous ont demandé les restes. J'étais gênée de leur donner, mais ils étaient ravis. Il y a avait encore de la viande sur l'os, mais il y avait surtout de l'os* »[1528].

Les PNC se mobilisent également pour des missions d'évacuation. Sur la base du volontariat, Denise opère sur la ligne Pnom-Penh - Karachi – Saïgon lorsque se termine la guerre du Viet Nam. Elle se trouve notamment sur le dernier vol chargé de rapatrier le personnel de l'ambassade française en 1976[1529]. Finalement, la culture PNC prolonge le rapport occidental face au reste du monde. Les enquêté·e·s entretiennent un regard attendri et peiné sur les misères coloniales, défendent une éthique de l'aide humanitaire, mais témoignent d'un détachement bourgeois face aux réalités socio-politiques. Les conditions de la vie en escale déterminent la qualité d'une rotation. Cette dernière dépend de la sécurité du personnel, de la sophistication du logement, de la diversité des activités disponibles, du niveau d'isolement du groupe navigant, de la gastronomie locale, etc. L'ensemble de ces facteurs est conditionné par la durée des rotations et des temps d'escale.

L'augmentation exponentielle du rythme aérien met fin à cette vie de voyage, tant appréciée des ancien·ne·s navigant·e·s. La durée d'une escale dépend du nombre de liaisons par semaine. Sylvie nomme ce modèle le « *pousse pousse* » : « *on arrivait en escale et on attendait l'autre* [avion] *pour qu'il nous « pousse »* »[1530]. Elle raconte ainsi rester plus de huit jours en rotations à Papeete, car il n'y avait qu'une liaison hebdomadaire au tournant des années 1970. Du fait du dynamisme de certains secteurs, le temps d'escale est rapidement réduit. Par exemple, la compagnie annonce quatre vols hebdomadaires à compter du 28 juin 1978 sur la ligne « andine » Caracas – Bogota – Lima – Quito, en plus d'une nouvelle liaison

[1528] Entretien avec Denise, *opus. cit.*

[1529] *ibid.*

[1530] Entretien avec Sylvie, *opus. cit.*

Paris – Rio – Paris en Concorde. Le Paris – Tokyo par la voie sibérienne (en passant par Moscou) n'est à l'inverse desservie que deux fois par semaine[1531]. Rapportée au volume de la clientèle transportée, c'est bien la fréquence des vols qui détermine la durée des séjours long-courriers. Jacques annonce en creux le problème de telles rotations pour Air France :

> « *S'il n'y avait qu'un vol à Pékin par semaine, on y restait une semaine. Vu que le suivant ne venait faire la relève d'équipage que 8 jours après. On ne nous ramène pas à Paris entre temps, ce serait invivable* (…). *La semaine qu'on passait n'était pas considérée comme du temps de repos, mais bien par le fait qu'il n'y ait qu'un avion par semaine. L'intérêt de la compagnie c'est de nous faire partir tout de suite après la fin du temps de repos* »[1532].

Le temps disponible en escale est fixé selon le modèle « *bloc-bloc* », soit la durée qui sépare le « bloc-arrivée » (avion immobilisé sur la piste) de la fin du « bloc-départ » (l'avion quitte la piste). La durée des repos s'apprécie en fonction de la durée programmée des services de vol[1533] : plus les vols sont longs, plus les temps de repos sont conséquents. Pour les courriers avec découchés, le temps de repos minimal est fixé à 14 heures (en comptant le « repos nocturne »), pour les vols d'une durée inférieure à 14 heures. La durée de repos s'élève à 22 heures pour les vols se déroulant entre 00h00 et 06h00 (heure locale). Si le vol est d'une durée supérieure à 14 heures, le repos post-courrier est de 36 heures. Une rotation comprend l'ensemble des vols sur un secteur long-courrier. La ligne Paris – Quito – Lima – Santiago implique par exemple huit vols allers-retours avec au moins cinq nuits découchées. Les plannings de rotations sont élaborés par un service spécial et soumis à la validation des délégués du personnel. Les PNC peuvent faire recours. On comprend l'importance capitale de ces plannings aux débats qu'ils suscitent. Ainsi d'une réunion entre le SNPNC et le CTAF du 2 août 1973, dans laquelle le problème du planning ne trouve pas de résolution dans la convention collective de 1976. La direction s'engage alors à convoquer un groupe de réflexion.

Air France cherche à optimiser au maximum ces temps de rotations, aux limites de la légalité. Dans un communiqué de février 1984, le SNPNC dénonce la « *nausée* » que les

[1531] Rapport d'activité de l'année 1977, *opus. cit.*

[1532] Entretien avec Jacques, *opus. cit.*

[1533] Convention collective entre le SNPNC et le CTAF, 16 décembre 1975.

délégués ont ressentie à la lecture des plannings moyen-courrier de l'été à venir[1534]. Il accuse une explosion « *des temps de béton* » (soit l'attente dans l'aéroport) allant de 2 à 5 heures, ou encore le problème des rotations sur quatre journées complètes, dont le temps de travail effectif est inférieur à 72 heures, entraînant par conséquent des temps repos de seulement 14 heures[1535]. Ouverte en septembre 1986, la nouvelle ligne Paris – Los-Angeles – Papeete cristallise les conflits relatifs aux rotations. Pour 35 heures de vol effectives en aller-retour depuis Paris, les équipages bénéficient de plus de six jours de repos. Le temps de repos des équipages sur Tahiti est abaissé à 12 heures, alors que les délégués du personnel en demande au moins 18, considérant la durée du vol entre Paris et Tahiti comme un seul vol. La direction estime que le temps d'escale à Los Angeles de 45 heures compense ce déficit. Une hôtesse accuse la compagnie de négocier « *au plus serré les rotations et la programmation des temps d'escales aux arrêts* »[1536]. Le SNPNC déclenche un mouvement de grève le 24 septembre 1986 pour lutter contre ces schémas de rotation, qui ont par ailleurs recours à une utilisation quasi systématique des MEP (des vols de mise en place[1537]). Le syndicat analyse que cette situation existe du fait d'« *un sous-effectif quasi-permanent* »[1538], dénonçant là-encore les politiques austéritaires engagées après le choc pétrolier.

Syndiquée dans les années 1980, Sylvie milite largement contre cette politique de réduction du temps de rotation. Elle évoque notamment la lutte victorieuse contre les plannings en « W ». La compagnie dépêchaient des équipages sur des secteurs ouest, les faisait rentrer à Paris, puis les renvoyaient sur des secteurs est :

> « *Ça a été un point de discussion très âpre avec la compagnie. Les gens étaient séchés. Ils partaient en décalage -6, puis ils rentraient à paris avec 36 heures de repos, puis on les envoyait en Asie avec +8, ils rentraient ils étaient séchés* »[1539].

[1534] SNPNC informations, 16 février 1984.

[1535] Lettre de Jean-Claude Jacques, secrétaire de section Air France au SNPNC au directeur général adjoint d'Air France, le 16 février 1984, 17 septembre 1986, archives du SNPNC.

[1536] P.K, « Le repos des hôtesses » *Le figaro,* 28 septembre 1986. Archives du SNPNC.

[1537] Les MEP sont des vols effectués en qualité de passager·ère et rendus nécessaire par l'exécution d'un vol en fonction, celui-ci se situant avant et/ou après la mise en place. Ils peuvent être effectués sur n'importe quelle compagnie. L'ensemble du lexique indigène, sa réglementation et son utilisation est disponible dans un document édité par l'UNAC intitulée *Régime d'emploi moyen courrier*. Disponible en libre-accès à l'URL suivante : http://www.unac.asso.fr/wp-content/uploads/2014/09/Chap.G.utilisationPNC.MC_.pdf

[1538] SNPNC Informations,

[1539] Entretien avec Sylvie, *opus. cit.*

Elle ajoute que la détérioration de la vie en escale à cette époque correspond à une dissolution de l'esprit d'équipage, notamment dans le lien au personnel technique. L'optimisation des plannings conduit des équipages cargos « à raccrocher » des vols, alors que les équipes ne se connaissent pas. Les vols ne sont pas attribués à un équipage fixe. Les navigant·e·s ne partagent plus nécessairement les mêmes temps d'escale. Sylvie se souvient par exemple passer plusieurs jours avec des équipages de fret :

> « *Pendant 10 ou 15 jours on faisait la rotation avec ces techniques-là. Par contre, après, on arrivait en escale et on perdait nos techniques (...). Les commandants de bord je les découvrais parfois au moment du ramassage. Ils étaient arrivés dans la nuit en cargo, je n'avais pas eu le temps de prendre le petit déjeuner avec eux le matin. Je me présentais au moment du ramassage. Avant on restait avec eux. On savait qu'on allait du point A au point B avec eux. Là, sur un Réunion Nairobi, tu raccrochais des PNC que tu n'avais jamais vus de ta vie et que tu ne verras plus non plus* »[1540].

L'esprit d'équipage se détériore à mesure que se libéralise le secteur aérien. La libéralisation du ciel états-unien entre 1978 et 1984 amène les géants américains à diversifier leur marché. L'offensive des États-Unis sur le marché européen bouleverse les politiques tarifaires locales et déstabilise les compagnies nationales : Air France perd 800 millions de francs sur les lignes Amérique-Nord en 1992[1541]. En réaction, la cour de justice européenne autorise plusieurs traités (1987, 1990, 1992) permettant au marché européen de réagir face à la pression internationale. L'autorisation du cabotage pour les états membres de l'Union Européenne permet de remanier en profondeur la distribution des plannings d'équipage pour les moyen-courriers. Il est possible désormais de raccrocher des vols dans l'ensemble des aéroports européens. La libéralisation du transport aérien en Europe est considérée comme quasi-achevée en 1997, lorsque « *toute compagnie homologuée peut proposer des vols sur n'importe quelle liaison, aussi bien entre deux pays qu'au sein de chaque pays membre, à des*

[1540] *ibid.*

[1541] Edith Balbin « La dérèglementation du transport aérien aux Etats-Unis et en Europe », *dans Synthèse,* juin 1994.

prix qui doivent résulter en principe du libre jeu des forces concurrentielles du marché »[1542]. Pour Louis-Marie Barnier, la libéralisation du ciel empêche « *l'avion de fonctionner comme un tout* » et dégradent qualitativement les relations sociales. Au cours des années 1990, l'instauration de la double-échelle de salaire pour les PNC (réduisant les avantages salariaux des jeunes recrues, les excluant de certains lieux de sociabilités avec les PNT comme les taxis), combinée à la fermeture hermétique du cockpit suite aux politiques de sûreté, achève de dissoudre l'esprit d'équipage[1543].

4.3.2. La resignification de l'éthos professionnel

La dégradation progressive des cadres professionnels oblige le PNC à reformuler le sens de son travail. S'alignant sur les propositions idéologiques de l'encadrement, il puise dans la culture d'entreprise des ressorts émotionnels gratifiants et valorisants, notamment en s'appropriant le narratif de la compagnie nationale, articulé autour du prestige et de la distinction sociale.

4.3.2.1. La transformation du rapport à la clientèle

En s'intéressant à la transformation de la physionomie du voyage aérien en 1979, une journaliste du *Monde* écrit avec pertinence : « *avec tous ces passagers, les chefs de cabine et les hôtesses n'ont jamais le temps de faire connaissance parce que le vol est trop court ou qu'ils sont trop nombreux, mais ils les reconnaissent : l'intuition, l'expérience* »[1544]. Les PNC savent effectivement distinguer les différentes clientèles du fait de l'expérience accumulée, mais également parce que circulent, sous la forme d'une culture d'entreprise, des discours situant les bon·ne·s et les mauvais·e·s passager·ère·s.

Historiquement, Air France se caractérise par le luxe de son service et sa relation à une clientèle bourgeoise. Face à la massification du transport aérien, la compagnie doit gérer la diversification des profils sociologiques. Au cours des années 1970, elle multiplie les formations concernant les typologies de clientèle. Il s'agit premièrement d'éduquer son personnel commercial aux dispositions culturelles des passager·ère·s. Un fascicule concernant

[1542] Corinne Fayolle, « La dérèglementation du transport aérien en Europe (1987-1997) », *Presses Universitaires de France : Guerres mondiales et conflits européens,* 2003, n°209, pp. 75-89

[1543] Louis-Marie Barnier, 2005, *opus. cit.* p. 354

[1544] *Le Monde*, 21 juillet 1979.

la clientèle musulmane est ainsi distribuée à l'ensemble du PNC en mars 1975. C'est le premier d'une série permettant d'actualiser les « connaissances » des clientèles par ères géographiques : clientèle hindoue, japonaise, pakistanaise, israélite, etc. Ces documents sont réalisés par le PNC lui-même[1545]. Marie, alors cheffe PNC et responsable de la formation commerciale, se rappelle faire connaître aux stagiaires les destinations sur lesquelles ils allaient travailler :

> *« J'ai été amenée à faire de l'édition, notamment de fascicules concernant des pays d'Asie, des pays du Moyen Orient, des pays d'Amérique du Sud, etc… Il fallait leur apprendre des embryons d'histoire et de géographie, ainsi que les mœurs et les habitudes* (…). *On essayait d'élargir la vision des jeunes garçons et de jeunes filles qui venaient de milieux où on n'avait pas voyagé beaucoup. À l'époque, ce n'est pas comme maintenant, on voyageait peu quand on était jeune* »[1546].

Air France se charge de maintenir une ouverture culturelle pour « préparer » son personnel commercial. Jean, longtemps rattaché au secteur d'Extrême-Orient, se souvient avoir bénéficié de cours de langues :

> « *Il y avait les stages pratiques, les stages de connaissances où on mettait à jour nos connaissances. Et on avait aussi des stages commerciaux où on apprenait comment traiter la clientèle. J'ai même fait des cours de japonais, proposés par Air France, ou des rattrapages de cours d'anglais* »[1547].

On observe une étonnante homogénéité de la relation à la clientèle au sein du PNC d'Air France, signalant par là un geste formateur de l'entreprise. La plupart des PNC trouve les clientèles africaines et asiatiques agréables, tandis que les clientèles états-uniennes ou indiennes sont souvent jugées comme déplaisantes. Le degré de sympathie envers les passager·ère·s semble s'évaluer en fonction du respect, performé à travers différents marqueurs de politesse. Il faudrait détailler ce rapport à la lumière du dispositif colonial, alors recodifié selon la dialectique Tiers-Monde / pays en voie de développement. La relation des

[1545] *Memovol*, mars 1975, AN cote 20180302/220.

[1546] Entretien avec Marie, *opus. cit.*

[1547] Entretien avec Jean, *opus. cit.*

voyageur·euse·s à l'avion, à la rareté du voyage, à leur condition migratoire ou encore à la blanchité du personnel d'Air France sont autant d'aspects qui peuvent conditionner les relations sociales en cabine. Par exemple, Charline attend de la clientèle qu'elle respecte son autorité en tant qu'hôtesse. Elle synthétise son expérience ainsi :

> « *Nous on était chez nous, dans notre avion, on allait, on venait, on faisait ce qu'on voulait.* [Les passagers] *étaient assis, déjà, on était donc beaucoup plus grandes qu'eux. On avait une certaine autorité. Les gens nous respectaient vraiment. À l'époque, les gens montaient à bord et on avait tout le temps droit à des « bonjour, au-revoir, merci ». Sur le Maghreb ça allait même plus loin que ça. Les gens étaient vraiment très gentils avec nous, très respectueux. Beaucoup de gens se décoiffaient quand ils montaient dans l'avion pour dire bonjour à l'hôtesse* »[1548].

Anne confirme le récit de sa collègue :

> « *Vous aviez également une typologie de clientèle qui correspond à certains pays. Par exemple, la clientèle africaine est une clientèle, sauf exception, absolument adorable, ou en tout cas l'était à l'époque où je travaillais. C'est une clientèle extrêmement agréable, ce sont des gens qui ont plein de bagages, qui en Afrique francophone parlent très bien le français, qui ont beaucoup de vocabulaire ce qui rend les échanges agréables, qui sont souriants, qui disent « bonjour, s'il vous plaît, merci » (...). Les Arabes, sur les vols du Maghreb, avaient énormément de respect pour nous mais ils nous tutoyaient, disaient « c'est où pour pisser », enfin bon, c'est comme ça qu'il parlent. Ils parlaient ce qu'ils entendaient parler sur les chantiers. A l'époque, tous les vols du Maghreb c'étaient des ouvriers, des gens qui ne parlaient pas bien français. Il y avait beaucoup d'hommes, des hommes seuls. Mais moi j'adorais ces vols-là, ils étaient gentils comme tout ! On était vraiment respecté en tant qu'équipage* »[1549].

[1548] Entretien avec Charline, *opus. cit.*

[1549] Entretien avec Anne, *opus. cit.*

Si la clientèle aimable est celle qui exprime une certaine déférence vis-à-vis de l'institution aérienne, la clientèle désagréable est une clientèle exigeante, souvent décrite comme individualiste et parvenue. Anne catégorise même certains vols où les passager·ère·s avaient la réputation d'être égoïstes :

> « *Les Indiens sont des clients très difficiles. La clientèle new-yorkaise est une catastrophe. C'est toujours « moi je suis au Service Plus* (…), *là je voyage en Éco mais d'habitude je voyage toujours en Business, vous pouvez me surclasser ! ». C'était, sur certaines lignes, un vrai problème (...). C'était des demandes de surclassement qui faut gérer. Des gens le demandaient systématiquement, surtout au départ de New-York ou vers New-York... Les Indiens étaient curieusement très indisciplinés, ce qui est sans doute lié au système de castes… Nous, européens, sommes des « riens du tout » pour eux. Et étant des « riens du tout » vous avez beaucoup de mal à les faire obéir, même à une règle de sécurité* (…). *Les madrilènes étaient très méprisants (...). Les Tel-Aviv, ce n'était pas toujours facile, c'étaient des gens qui étaient très exigeants, jamais contents…* »[1550]

Ce rapport aux cultures traduit en fait un rapport aux classes sociales. Plus la clientèle sait se situer, plus elle devient agréable. La recherche consacrée aux relations servicielles dans le luxe insiste sur la différence historique entre « patrons » et « parvenus », qui semble irriguer encore le champ de l'aviation commerciale. La figure du maître est décisive dans l'évaluation du niveau de bonheur au travail des domestiques : largesse financière, gestes de bienveillance presque naturels (dans le sens où les très riches n'ont pas besoin de le montrer), politesse aristocrate, etc.[1551]. On peut envisager le passager comme un « client roi » et par conséquent comme un petit maître. Si ce dernier ne possède pas les attributs sociaux suffisants, ses demandes sont plus difficiles à recevoir.

Dans les années 1980, Airbus cherche à s'exporter sur le territoire de son concurrent états-unien avec l'aide d'Air France. L'idée est de proposer des vols sur Airbus pour une clientèle populaire à destination des Antilles. Sylvie se souvient de cette expérience de courte

[1550] Entretien avec Anne, *opus. cit.*

[1551] Entretien avec Anne Lambert, Dominique Memmi et Bruno Cousin, « Servir (chez) les autres », *Actes de la recherche en sciences sociales,* n°230, Mai 2019, pp 108-119

durée, non concluante, qu'elle décrit comme « *intense* », très éloignée des habitudes de service des PNC :

> « *Ce que nous avions à bord c'étaient des gens de classe sociale très basse, qui pouvaient se permettre un séjour de 8 jours aux Antilles pour 400 dollars, dans un Club Med, mais moins chic. C'étaient les Sex, Sun and Service. Air France était là-bas pour faire le transport New York – Pointe-à-Pitre et le retour. (…) Ces mecs-là allaient aux Antilles pour se bourrer la gueule et se taper le maximum de nanas et ils étaient d'une incorrection totale. Il n'y a jamais eu de rapport de fait à la division sur des toilettes complètement cassées à l'arrière ou au milieu, avec des incivilités à bord, des sièges cassés… Ils étaient difficilement gérables. Un jour, je pars de l'aéroport, du tarmac, on roule. J'étais debout pour essayer d'attraper des journaux locaux dans un rack et un passager m'a mis la main sous la jupe. Alors là, il est mal tombé. Je suis allé au cockpit et j'ai demandé à ce que l'on vire ces mecs-là de l'avion. Le commandant de bord a fait demi tour et les a débarqué. Tu vois le genre de passagers qu'on avait à bord. Ça a duré pendant 6 mois. Il y a eu tellement de rapports de faits, que la Compagnie a arrêté* »[1552].

Une analyse statistique des incidents à caractère sexuel permettrait d'envisager une sociologie de la réception des représentations de genre : les pauvres sexualiseraient-ils davantage la disponibilité des PNC que les riches ? Par ailleurs, la plupart des ressentis convergent pour exprimer une méfiance vis-à-vis des clientèles populaires. Lorsqu'elles sont « surclassées », leurs exigences semblent être particulièrement dures à gérer. Charline parle avec ressentiment de certains comportements sur les vols économiques, notamment dans les années 1990 :

> « *Il y avait beaucoup de petits trous du cul qui prenaient l'avion, qui avaient mis de côté pendant un an pour se payer un vol, et qui avaient regardé des films et avaient un imaginaire des années 70, s'imaginaient pouvoir avoir la lune pour le prix d'un billet éco ! Donc c'était forcément conflictuel parce qu'ils voulaient ça, ils voulaient du champagne, ils*

[1552] Entretien avec Sylvie, *opus. cit.*

voulaient ci… Ils voulaient, ils voulaient, ils voulaient… Ils parlaient mal, c'étaient des « zy-va » des « 9-3 », des casquettes à l'envers »[1553].

Formé au savoir-être bourgeois, le PNC d'Air France privilégie une clientèle habituée aux rapports sociaux sophistiqués et caractéristiques du luxe[1554]. L'encadrement pousse alors à l'individualisation des relations servicielles. Cet idéal commercial engage les PNC à naturaliser les rapports de domination, pour qu'ils donnent l'impression d'entourer la personne « naturellement puissante » de manière spontanée[1555]. Cette spontanéité du rapport serviciel, qu'on retrouve souvent formulée par le terme « chaleur humaine », permet aux PNC une identification sociale valorisante.

4.3.2.2. « L'égo social » comme outil de valorisation professionnelle

L'histoire des domestiques permet d'éclairer la construction d'un « *égo social* » propre aux relations servicielles, que nous comprenons comme une autopromotion sociale du fait de côtoyer intimement la grande bourgeoisie[1556]. La vocation personnalisante des programmes managériaux d'Air France a pour effet de rapprocher son personnel d'accueil des personnes distinguées socialement. Par exemple, l'encadrement invite les PNC à identifier les clientèles « Service plus » et à leur proposer « *plus de services, de souplesse, de gentillesse* ». Il est interdit d'ignorer leur statut à travers des phrases comme « *faites comme tout le monde* »[1557]. Les membres du « club des 2000 » doivent être traités non seulement avec efficacité, mais également avec des égards « *honorifiques* » qui conviennent à leur position professionnelle (souvent des chefs d'entreprises qui peuvent choisir de fidéliser leur compagnie à Air France). Il faut les traiter avec davantage de « *personnalisation dans le contact* »[1558]. *France Aviation* rappelle que le « Mr. Service Plus » est discret et fatigué du voyage. Il faut par conséquence le traiter avec une attention singulière : « *ce qu'il souhaite avant tout, c'est d'avoir la sensation que c'est en intime qu'il est accueilli lorsqu'il se présente à l'aéroport ou lorsqu'il monte à*

[1553] Entretien avec Charline, *opus. cit.*

[1554] Anne Lambert, « Apprendre à servir et aimer servir », *Actes de la recherche en sciences sociales,* n°230, mai 2019, pp 108-119

[1555] Bruno Cousin et Anne Lambert, « Grandes fortunes et service personnels », *Actes de la recherche en sciences sociales,* n°230, Mai 2019, pp. 4-11

[1556] Anne Lambert, Dominique Memmi et Bruno Cousin, *opus. cit.*

[1557] *Memovol*, mai 1975.

[1558] *ibid.*

bord »[1559]. Le *Memovol* d'août 1983 insiste sur ce point : la mention « *attention aux attentions* » accompagne le dessin d'un vieil homme à l'air important et distingué, dont le « *pépin* » et le chapeau melon renvoient à un héritage bourgeois presque anachronique. Pour le personnel d'Air France, ce traitement privilégié est « *une occasion privilégié de prouver son haut niveau de qualification* »[1560].

Cet accueil dans l'espace de l'intime engage les professionnel·le·s à investir davantage le sentiment empathique. L'encadrement en fait même une condition du bien-être du PNC : plus les gestes techniques sont limités, plus le PNC doit performer une attitude curieuse et sociale. La normalisation de la profession implique une revalorisation du travail émotionnel. Maurice Delaigue rappelle que ce contact humain à la clientèle offre de la plus-value au métier :

> « *C'est cela le métier de PNC : beaucoup plus dur qu'on ne se l'imagine souvent, avec ses dérèglements d'horaires et ses tensions de travail très fortes, mais aussi combien enrichissant pour qui sait, à la manière de Stendhal « promener un miroir le long des chemins ». Il y a tant de choses à voir et tant à apprendre des contacts humains à bord des avions ou pendant les escales* »[1561].

Il n'est pas rare que les PNC, entre les années 1950 et 1980, rencontrent en cabine des personnalités : Camille vole avec Depardieu, Marie accompagne les journalistes Elkabbach ou Duhamel sur Concorde, Anne assure le service de plusieurs ministres, etc. Les PNC approchent si près du monde de la haute bourgeoisie qu'ils en deviennent presque complices, capable d'en juger les membres individuellement. Camille dit de Gérard Depardieu que « *c'est un gros blaireau* », Marie dit de Khrouchtchev que « *c'est un clown* », Jacques se moque d'un Rockfeller assis en tailleur comme « *un hippie* », Jacky Nacal raconte d'un premier ministre que « *l'orgueil lui pissait par les écoutilles* »[1562]. En disqualifiant moralement les client·e·s les plus influent·e·s, les PNC peuvent par ailleurs atténuer les effets d'une relation asymétrique. Les juger en coulisse suppose une rétribution émotionnelle, tout

[1559] *France Aviation*, n°252, février 1976.

[1560] *Memovol,* août 1983.

[1561] *France Aviation* n°194, janvier 1971.

[1562] Jacky Nacal, *opus. cit.*

en générant le sentiment d'égalité sociale. La plupart des récits publiés d'hôtesses de l'air accentuent l'idée d'un métier ayant perforé le plafond de verre. Jacky Nacal insiste tellement sur les anecdotes qu'elle définit elle-même comme périphériques au travail d'hôtesse, que son autobiographie en organise paradoxalement la centralité. Elle décrit longuement son amitié ambivalente avec une grande actrice d'Hollywood dans les années 1970-1980 (possiblement Jane Fonda), ou bien revient avec nonchalance sur sa rencontre avec Jacques Dutronc et Francis Girod qui déboucha sur sa figuration dans le film *L'État Sauvage* de 1978. En regardant ce dernier, elle s'identifie à l'actrice (Marie-Christine Barrault), car elle partage « *la même belle chevelure blonde* » à l'écran[1563]. C'est un énoncé non négligeable : en côtoyant les élites artistiques, politiques et mondaines, les PNC opèrent une sorte de mimétisation, déterminante dans la création des affects cités plus haut. Plus discrète que son homologue, Valérie Nadame énumère elle aussi quelques rencontres avec des célébrités qui ont ponctué sa carrière. Elle se refuse toutefois à transformer son récit en « *bottin mondain* »[1564], soulignant ironiquement la mondanité du métier et son importance dans la vie professionnelle d'une hôtesse long-courrier.

En s'intéressant aux secrétaires et à leur relation aux patrons, Josiane Pinto montre qu'à travers la « *familiarisation diffuse avec le monde du travail* », des secrétaires acquièrent une reconnaissance sociale leur étant inaccessible par ailleurs. En ayant accès au quotidien de leur employeur, elles peuvent affiner leur jugement : le patron peut être « *loué pour ses « manières »*» ou, à l'inverse, discrédité moralement (infidélité, paresse, mauvais père, etc.). Une relation servicielle de ce type ne peut être comprise que par « *référence aux profits matériels et symboliques obtenus* »[1565]. En analysant les réseaux familiaux et matrimoniaux des secrétaires, Josiane Pinto montre que pour une frange non négligeable des secrétaires de direction, les patrons occupent une place sociale supérieure à celle du mari et du père, garantissant alors un sentiment de promotion sociale[1566]. Air France est une institution qui garantit également certains bénéfices à ses hôtesses, notamment une maximisation de leur capital culturel (accès à un usage élitiste du monde touristique) et de leur capital social (en intégrant momentanément les plus hautes sphères sociales). Plus prosaïquement, les avantages que génèrent ces relations à la bourgeoisie sont parfois très matériels. Sylvie se souvient, dans

[1563] *ibid*.

[1564] Valérie Nadame, *opus. cit.*

[1565] Josiane Pinto, « Une relation enchantée, la secrétaire et son patron », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 84, 1990, p. 32

[1566] *Ibid.*

les années 1970, de cadeaux reçus de la part d'une clientèle « *adorable* », très souvent Haute Contribution :

> *« J'avais le directeur des rhumeries à Fort de France qui m'a fait envoyer à mon domicile à Paris, par transporteur, une bouteille de vieux rhum. J'ai trouvé ça gentil. Je veux dire qu'on avait des passagers quand même assez exceptionnels ! Je me souviens d'un autre qui m'a offert une montre que sa femme avait au poignet parce sa femme était très malade à bord, entre Anchorage et Tokyo, et je m'en suis occupée personnellement* (...). *Il y avait des passagers qui nous aimaient beaucoup et faisaient preuve d'attentions particulières* »[1567].

À en croire Anne , la pratique du cadeau personnel ou du pourboire n'est pas rare sur certaines lignes :

> « *Un jour, un monsieur que je voyais assez fréquemment sur une ligne d'Allemagne (je ne me souviens plus quelle ligne), me dit au moment des ventes qu'il voulait acheter une eau de toilette. « Est-ce que vous pouvez me conseiller » ? Je lui demande pour quelle personne, quel âge… Il me dit « Oh, et bien quelqu'un de 25 ans », il me donne deux trois indices, donc je lui conseille une eau de toilette, il paye l'eau de toilette. Puis, au moment de descendre, il me la donne : « c'est pour vous » ! Mais c'était un cadeau comme ça ! En fait, c'est vrai qu'à plusieurs reprises on avait discuté dans l'avion. C'était un remerciement. Ça arrivait, que des passagers offrent une bouteille à l'équipage ou à une personne spécifique. En Première classe, certains laissaient une enveloppe de pourboire* »[1568].

Valérie Nadame a reçu des présents conséquents : un diamantaire colombien lui offre des émeraudes pour la remercier du service rendu, elle reçoit un foulard Hermès de la part d'un

[1567] Entretien avec Sylvie, *opus. cit.*

[1568] Entretien avec Charline, *opus. cit.*

Saoudien, etc.[1569]. Elle se dit par ailleurs « *faite pour ce métier* », heureuse de ce « *sentiment d'appartenir au fleuron de l'excellence française* »[1570]. » Il est étrange de constater que son témoignage ressemble à une lettre de motivation, comme si elle essayait encore de séduire la hiérarchie d'Air France. Ce sentiment qu'on entretient tout au long de la lecture témoigne de la puissance et de la longévité de l'esprit d'entreprise qu'a su construire la Compagnie Nationale, en investissant largement l'idée d'élitisme.

Air France forme son personnel à se situer dans le jeu des relations sociales pour s'y déplacer avec justesse. Le « *sens du placement* » qu'Anne Lambert évoque chez les salarié·e·s du secteur du luxe rend plus supportable les rapports de domination. Il est mieux supporté par les hôtesses d'affronter « *la supériorité morale supposée des fractions anciennes des classes supérieures, qui montrent une certaine habitude du personnel de service dans les manières de s'adresser à ces derniers* »[1571], que d'affronter les mêmes rapports exprimés par des individus incarnant une toute autre sociologie. La littérature s'intéressant à la « dissonance émotionnelle » observée dans les métiers de service confirme cette dynamique. Plus la clientèle est perçue comme « *harcelante* », plus il est difficile de mobiliser des affects positifs. À l'inverse, plus la clientèle est identifiée pour son amabilité et sa courtoisie, plus l'exercice des taches émotionnelles est facilité[1572].

Le dispositif Concorde, qui propose le service le plus qualitatif d'Air France, n'est accessible que pour les cadres PNC. Marie se rappelle qu'exercer sur Concorde permettait de bavarder avec les passager·ère·s « *quand ce n'était pas trop bondé* » et qu'en cela, ce service spécial « *redevenait de l'aviation* ». Les hôtesses portent une tenue spécifique, que « le comité de style » d'air France veut associer au caractère de la mode française : « *élégance, charme, simplicité, mesure* » [1573]. Il est formellement écarté de plonger dans un aspect « *gamine* » ou « *sportive* », afin de réaffirmer l'aspect historique de l'hôtesse « *maîtresse de maison* ». La sobriété de la robe, sans extravagance, vise à consolider le sérieux et la disponibilité des hôtesses. La carlingue particulière du supersonique implique de réinventer les protocoles de

[1569] Valérie Nadame, *opus. cit.*

[1570] *Ibid.* p. 41.

[1571] Anne Lambert, *opus. cit.*

[1572] David Alis, « Travail émotionnel, dissonance émotionnelle et contrefaçon de l'intimité ». Isabelle Berrebi-Hoffmann. *Politiques de l'intime. Des utopies sociales d'hier aux mondes du travail d'aujourd'hui*, La Découverte, chapitre 11, 2009,

[1573] G. Orizet, note à l'attention du président d'Air France, dossier uniforme Concorde, 18 avril 1975, archives nationales, fonds Air France, côte 20160117/6-9

services, dans lesquels sont revalorisés « *la mise de table* » et le service gastronomique : apéritifs, assiettes alvéolées, différents plats proposés, dessert, café et liqueur[1574]. Chaque service est une occasion pour l'hôtesse de s'intéresser à « ses hôtes » et de nouer une relation. Le service Concorde est prestigieux pour la clientèle, mais également pour les PNC, qui peuvent y déployer au maximum ce qui constitue leur éthos professionnel originel. Marie assure d'ailleurs que les PNC sélectionné·e·s constituent un « *bataillon d'élite* » :

> « *Les PNC qui volaient sur Concorde étaient volontaires et choisi·e·s sur dossier. On regardait les langues et l'expérience. On prenait les meilleur·e·s (…). C'était un bataillon d'élite ! [Elle rit]. Il y avait un certain nombre de cadres qui volait dessus. Je volais en hôtesse et c'était intéressant en soit, parce que je faisais la réserve de chef de cabine : s'il y en avait pas je prenais cette place* (…). [En tant qu'instructrice le reste de l'année] *je n'ai volé que sur Concorde les douze dernières années, donc je n'ai pas fait beaucoup d'heures de vol* »[1575].

Si Marie, en tant que cadre supérieur, perçoit positivement le programme Concorde, le syndicat regarde avec insatisfaction les protocoles de vol. Le temps de travail n'est pas réévalué au regard d'une fatigue beaucoup plus grande, unanimement ressentie sur le supersonique. Le SNPNC ne veut toutefois pas apparaître comme « *le trouble-fête* ». Son secrétaire général Guy Bruyat célèbre l'aventure commerciale sur le même diapason que la direction[1576]. Plus qu'un service privilégié, Sylvie parle même « *d'élitisation* » du personnel Concorde :

> « [Les cadres] *ont pris les meilleurs, ce que eux considéraient comme étant les meilleurs. Ils les ont formé sur Concorde. Ils avaient trois vols par mois. Un vol New York, un vol Caracas, un vol Rio. Leur planning c'était ça (…). Ces gens-là ont été élitisés. Ils avaient un uniforme différent, un hôtel différent que nous (je parle du reste du personnel, PNC et PNT). Ils avaient ordre d'avoir dans chaque valise des tenues de soirée pour aller en représentation dans les ambassades ou dans les soirées officielles en escale.*

[1574] Caractéristiques du service Concorde, direction des transports, 23 mai 1978.

[1575] Entretien avec Marie, *opus. cit.*

[1576] *Le Monde*, 21 janvier 1976.

Ils ont voulu élitiser ce personnel. On ne les voyait pas arriver sur la bétaillère pour les Antilles. C'était hors de question pour eux de distribuer des coffrets repas ou des plateaux comme ça. Cela a créé un fossé avec le reste des gens. Les hôtesses avaient des cartes de visite « hôtesse Concorde ». C'était des gens qui se croyaient au dessus. À un moment donné, Air France a dit : « D'accord, trois vols par moi, ce n'est pas beaucoup, il faut rentabiliser ce personnel ». Ils sont donc arrivés sur 747 (...). En mixant les plannings, on se retrouvait à voler avec eux. Au départ ça leur a fait drôle, et ils voulaient se positionner sur les classes affaires ou Première classe. Mais il était hors de question pour moi de positionner une hôtesse Concorde en classe club ou en Première. Je la mettais devant si c'était la plus ancienne. Mais sinon elle allait derrière »[1577].

Du point de vue de Sylvie, ce n'est pas tant la qualité du travail qui permettait la sélection sur un vol Concorde, mais bien davantage le « *lèche-cul* », soit, en d'autres termes, cette capacité à performer l'esprit d'entreprise aux yeux de l'encadrement. Pour Anne Lambert et Delphine Rémillon, les mécanismes carriéristes chez Air France se basent sur l'autopromotion aux yeux de l'encadrement, la délation des mauvais comportements et l'excès de zèle dans la relation servicielle[1578].

Ce rapport à « l'égo social » disparaît à mesure que les générations de PNC se rajeunissent. Après une séquence de normalisation du voyage aérien, effective dans les années 1990 avec l'arrivée du low-cost (en 2008, le taux d'accès à l'aviation s'élève à 22,1% de la population féminine française et 22,3% de la population masculine)[1579], le rapport au prestige social qu'offre l'objet aérien est largement transformé. À travers les nouvelles circulaires de 2001, le ministère de l'emploi et de la solidarité privilégie l'ancrage territorial de l'embauche[1580]. Les aéroports d'Orly et de Roissy se situant dans la couronne parisienne, Air France recrute davantage des PNC issues des espaces périphériques précarisés. Le collectif navigant questionne alors le rôle central du « savoir-être naturel » de l'hôtesse, qui semble impossible à remplacer malgré les formations professionnelles ; les métiers de service

[1577] Entretien avec Sylviem *opus. cit.*

[1578] Anne Lambert et Delphine Rémillon, *opus. cit.* Voir les entretiens avec Émeline et Marie-Claire p. 31.

[1579] Yoann Demoli et Jeanne Subtil, *opus. cit.*

[1580] Bulletin Officiel du Travail et de l'Emploi et de la Formation Profesionelle, circulaire DGEP N°2001-33 du 25 septembre 2001 relative au programme « Nouveaux services, nouveaux emplois »

prolongent les savoir-faire professionnels aux espaces de l'intime. Le maintien légitime attendu dans le service de luxe doit impérativement composer avec une socialisation primaire dont les habitus ont laissé des marques corporelles évidentes[1581]. Au regard de la transformation sociologique de son bassin d'embauche, l'encadrement d'Air France propose des stages spécifiques, en vue de la qualification Première classe, réinvestie par la compagnie dans les années 2000. La compagnie emmène les candidat·e·s dans les milieux du luxe parisien pour s'imprégner des modes de présence de la haute bourgeoisie[1582].

Anne l'énonce clairement : « *l'avion est devenu un moyen de transport, point barre* »[1583]. Les anciennes générations, embauchée dans les années 1970, critiquent la perte de curiosité des « jeunes ». Camille évoque « une *homogénéisation et un manque d'ouverture aux autres et au monde* »[1584]. L'éthos de la sollicitude qui marquait la profession mute vers un éthos serviciel, symboliquement moins rémunérateur : la clientèle devient une masse, à la différence de la composition d'individus privilégié·e·s qui faisait le cœur de la stratégie commerciale de la compagnie. Pour lutter contre la dévalorisation du statut professionnel, il est important pour les PNC d'affirmer leur rôle technique, plus que jamais nécessaire.

4.3.2.3. La valorisation organique des gestes de sécurité

À la suite d'une recrudescence du nombre d'accidents, l'État multiplie les contrôles dans les compagnies aériennes en 1976. Le début de la décennie 1970 est marqué par une explosion du nombre d'accidents, plus ou moins médiatisés : les passionné·e·s d'histoire aéronautique comptent 102 catastrophes aériennes entre 1970 et 1976, soit plus que sur la totalité des années 1960 (voir graphique n°11)[1585]. Le premier crash d'un Boeing 747, opérant sous les couleurs de la Lufthansa au décollage de l'aéroport de Nairobi le 20 novembre 1974,

[1581] Thibault Menoux et Camille Noûs, « Les deux corps au travail dans les services de luxe, Enjeux physiques de la représentation chez les concierges », *Sociétés Contemporaines,* 2020, n°117, pp 47-71

[1582] Anne Lambert, *opus. cit.*

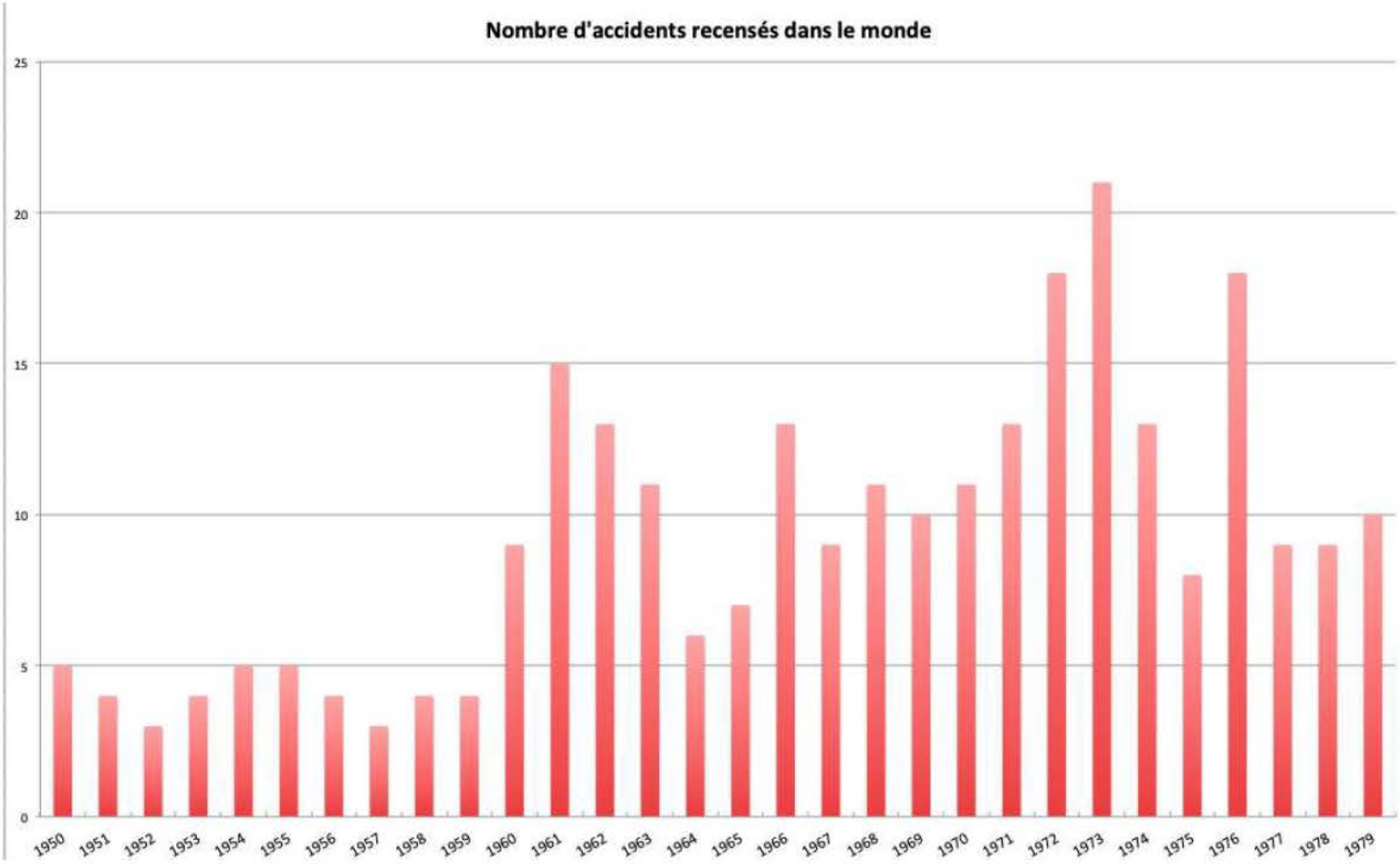
[1583] Entretien avec Agnès, *opus. cit.*

[1584] Entretien avec Camille, *opus. cit.*

[1585] D'après le forum Wikipedia, en partenariat avec les sites https://aviation-safety.net/ et https://www.baaa-acro.com/. Lien URL vers la page francophone : https://fr.wikipedia.org/wiki/Liste_de_listes_d%27accidents_a%C3%A9riens

Ces statistiques ne rendent pas compte de l'évolution réelle de la sécurité aérienne. Pour être significatifs, les chiffres devraient inclure le ratio nombre d'accident / nombre d'appareils en vol. Ils renseignent toutefois sur une visibilisation croissante des crashs aériens.

fait 59 morts et marque l'esprit des décideurs de l'aérien français[1586]. La presse rappelle que c'est le troisième accident mortel d'un appareil gros-porteur. Le crash mortifère du Douglas DC-10 de la Turkish Airlines dans la forêt française d'Ermenonville a notamment coûté la vie à près de 350 personnes[1587].



Graphique n°11: le nombre d'accidents d'avions (1950-1979). Graphique élaboré avec les données disponibles sur l'archive numérique Bureau of Aircraft Accidents Archives et Wikipedia.

À la suite d'un incendie Boeing 747 d'Air France lors de son décollage à l'aéroport de Bombay le 12 juin 1975, la presse française s'empare du thème de la sécurité à bord des nouveaux appareils. Il n'y a pas de mort à déplorer et l'article du *Monde* insiste sur le professionnalisme de l'équipage : « *en une minute trente, tous les passagers, notamment des infirmes et des enfants en bas âge, étaient dehors* » [1588]. *France Aviation* profite de cette attention médiatique pour revaloriser les stages sécurité – sauvetage que suivent le PNC. En

[1586] *Le Monde,* 21 novembre 1974.

[1587] *Le Monde*, 5 mars 1974.

[1588] *Le Monde*, 13 juin 1975

publiant l'interview des responsables de l'instruction, la revue d'entreprise offre un espace de communication à l'encadrement d'Air France. Cette dernière revient sur son engagement dans les missions de sécurité, en insistant notamment sur l'effort financier que représente la formation du personnel. La revue publie trois lettres des « *rescapés de l'incendie* », venant féliciter le personnel de cabine. L'un d'entre eux cherche à saluer plus précisément Anne-Marie Chanel, hôtesse du compartiment non fumeur, « *pour son attitude réconfortante* ». La conclusion de l'article prend clairement une tournure publicitaire :

> « *Avec des moyens d'instruction de classe internationale, avec un enseignement sans cesse remis en cause à la lumière des accidents récents, l'instruction Sécurité-Sauvetage est un élément essentiel de la sécurité que la compagnie se doit d'offrir à ses passagers. Cela fait partie de notre image de marque* »[1589].

Le discours sur la sécurité prend une valeur commerciale, en cela qu'il rassure les gens à embarquer. La peur du vol ne disparaît pas à mesure qu'augmente le volume de personnes transportées, bien au contraire. D'après Anne, les incidents les plus classiques sont liés à l'angoisse du vol : les personnes angoissées deviennent amorphes dans le meilleur des cas, ou agressives sous l'effet de l'alcool, parce qu'elles « *boivent pour oublier* [qu'elles] *ont peur* ». Depuis son expérience, l'agressivité de la clientèle est dans 80% des cas liée à sa peur[1590]. Malgré la communication affable autour de la sûreté des vols, la réalité protocolaire n'est pas toujours respectée par les grandes compagnies.

Faisant suite à la politique publique en matière de sécurité, la DGAC se propose de vérifier l'application des législations dans les trois principales compagnies aériennes françaises. Les contrôles concernent l'ensemble des législations établies au niveau des vols aériens, depuis l'arrêté du 20 août 1956 relatif à la composition des équipages jusqu'à celui du 6 mars 1972 concernant les vols à haute altitude[1591]. Les équipes d'inspection s'intéressent par ailleurs aux qualifications des membres de l'équipage (techniques comme commerciaux). Si

[1589] *France Aviation*, n°247, août 1975.

[1590] Entretien avec Anne, *opus. cit.* Anne utilise le masculin pour se référer au pluriel grammatical, mais il est difficile de ne pas y voir une marque d'un comportement masculin. Lorsque je le lui pose la question du genre majoritaire de la clientèle à incident, elle répond de manière évasive, sans réel souvenir, en insistant cependant qu'il y avait de toute manière plus d'hommes à bord des avions à son époque.

[1591] DGAC, Contrôle relatifs à la sécurité, 1976, archives nationales fonds du ministère des transports, cote 18930384/7.

l'ensemble des PNC titulaires des différentes compagnies contrôlées possède son CSS, il apparaît qu'une moyenne de 30% n'est pas à jour concernant les stages de recyclage annuels, pointant du doigt des dysfonctionnements dans les politiques d'entreprise. Le recyclage annuel consiste en un rafraîchissement des consignes et des protocoles. Certains gestes de secours sont réactualisés tous les trois ans. C'est le cas pour le sauvetage en milieu aquatique[1592]. La DGAC pointe du doigt que ces « *mini stages* » sont totalement inefficaces « *sur le plan entraînement et formation* » et ne sont pas contrôlés par l'administration compétente[1593]. Les navigant·e·s doivent en plus se qualifier sur chaque appareil et sur ses différentes versions. La mise en ligne des Airbus 300 implique, par exemple, une gestion collective des incidents sollicitant davantage les CC, qui doivent s'assurer que chaque membre de l'équipage commercial soit attribué à une « *zone de sécurité* » spécifique[1594]. Le rapport fait état d'un relâchement de certaines compagnies dans l'application des mesures de sécurité, notamment au regard de l'arrêté du 14 avril 1970 relatif aux aéronefs immatriculés en France (qui oblige les opérateurs à prévoir des protocoles d'aménagement permettant l'évacuation rapide de la cabine, surtout lors du ravitaillement en carburant si des personnes sont embarquées)[1595].

Dans le sillage de cette politique de contrôle, l'encadrement mène au printemps 1976 une campagne de sensibilisation, en rappelant que « *la fonction sécurité fait partie intégrante* [des] *responsabilités à bord* »[1596]. C'est la première fois que la compagnie organise un tel événement. Malgré l'emphase communicationnelle, les moyens déployés sont bien maigres. L'événement comprend : une permanence des cadres à hauteur de deux jours par semaine pendant la durée de l'évènement, deux panneaux d'exposition photo, quelques prototypes de matériel à manipuler. Le bilan de synthèse de la DGAC attire pourtant l'attention des compagnies vers des points très spécifiques : la présence de matériel de sécurité parfois

[1592] Entretien avec Anne, *opus. cit.*

[1593] DGAC, Contrôle relatifs à la sécurité, 1976, archives nationales fonds du ministère des transports, cote 18930384/7.

[1594] *France Aviation*, n°235, juillet-août 1974.

[1595] Journal officiel de la République Française, n°0142, 20 juin 1970, p.5756. Les conditions de plein de kérosène sont spécifiquement transformées par l'arrêté du 23 janvier 1980. L'État encadre davantage les protocoles pour faire le plein, en fonction des différents appareils commercialisés. Il précise que « *l'initiative d'une opération de ravitaillement avec des passagers à bord est laissée à l'initiative des exploitants* », en conditionnant cette dernière à certaines responsabilités : informer les passager·ère·s du plein en cours, s'assurer de l'interdiction formelle de la manipulation de flammes ou d'étincelles, dégager les issues de secours, etc. JORF n°0057, 7 mars 1980.

[1596] *Memovol,* mars 1976.

défaillant (oxygène, gilets de sauvetage, etc.), un manque de dynamisme dans les présentations des gestes de sécurité faites par le PNC (accusé de marquer un air « *de profond ennui* »), un oubli répété d'allumer les signes « interdiction de fumer » lors des phases de décollage / atterrissage, etc.[1597]. Les contrôleurs de la DGAC observent une certaine nonchalance du PNC à effectuer les rondes de prévention des incendies. Cette désynchronisation entre les attendus officiels et l'investissement réel de la compagnie dans des campagnes de sécurité témoigne de la priorisation de l'activité commerciale sur celle de sécurité.

Les protocoles de vol sont au centre de débats virulents qui s'élargissent au-delà de la seule compagnie nationale. Dans un article du *Monde* de février 1976, le député UDR Albin Chalandon condamne la « *décadence d'Air France* » après avoir été « détourné » sur son vol Buenos-Aires – Paris[1598]. L'équipage s'est aménagé, de sa propre initiative, un temps de repos en comptant une escale supplémentaire à Dakar. Selon le SNPNC, cet atterrissage était la seule manière de respecter les taux horaires de vol, limités à 13h30 sur long-courrier. En accusant le syndicalisme de corporatisme, le député dénonce « *une entreprise qui ne fonctionne pour son personnel plus que pour ses clients* »[1599]. La présidence d'Air France utilise cette polémique pour responsabiliser le SNPNC, lui imputant une politique de sabotage de l'entreprise. Dans une tribune publiée par *Le Monde*, le pilote Jean-Jacques Vettor prend la défense de l'équipage. Il légitime la décision prise, tout en revalorisant la fonction de sécurité du personnel Air France :

> « *Peut-on reprocher aux équipages de respecter les règles de sécurité ? (...). La compagnie nationale peut, au contraire, être fière du haut niveau de sûreté qu'elle a atteint à ce jour, grâce d'une part à la très haute qualification des mécaniciens qui assurent l'entretien des avions et des matériels annexes et, d'autre part « au suivi » très strict par les équipages des consignes de sécurité et à leur travail qu'ils font avec un maximum de conscience professionnelle* »[1600].

[1597] DGAC, Contrôle relatifs à la sécurité, *opus. cit.*

[1598] *Le Monde,* 23 février 1976.

[1599] *ibid.*

[1600] *Le Monde,* 19 mars 1976.

La mission de sécurité est partagée par l'ensemble du personnel navigant, socle historique de sa spécificité professionnelle. Pour Sylvie, son rôle de sécurité est au cœur de la définition de son métier[1601]. La connaissance et l'application d'un même protocole (même s'il engage des responsabilités et des fonctions différenciées) permettent d'établir des liens professionnels forts entre les PNT et les PNC, nécessaires à la cohésion d'équipage. Cette dernière se comprend par ailleurs comme une nécessité opérationnelle. Les PNC jouent le rôle de yeux et d'oreilles du cockpit. Charline le décrit bien à travers cette anecdote :

> « *Sur un vol, un passager me dit : regardez, sur l'aile il y a un truc qui coule. Je regarde et je lui dis, oh, ça doit être des filets d'air. Mais je suis tout de même allé au poste leur dire et, effectivement, on était en train de perdre du carburant. Et ça ils ne peuvent pas le voir : ils l'auraient su si le réservoir avait baissé de manière anormale. Alors que là ils l'ont vu tout de suite. C'est pour ça qu'on doit leur rapporter tous les bruits bizarres. C'est vrai qu'on est habitué à l'avion, on le connaît, on a des sensations. Tout ce qui nous paraît anormal, ce qui n'est pas habituel, on allait leur dire* »[1602].

Moins codifié et réglementé, les PNC sont également doté·e·s d'un savoir technique. L'expérience et l'habitude leur donnent une vision sensorielle de la cabine : bruits, visuels, odeurs, sensations de roulis, etc. Dans les années 1970, ce savoir est constitutif de la chaîne de sécurité, facilitée par la présence des mécaniciens navigants qui jouaient le rôle de charnière entre la cabine et le cockpit. Maillon important de la chaîne hiérarchique qui commande à l'équipage, les mécaniciens valorisaient ce rôle organique des PNC. À l'inverse, ils jouaient le rôle de relais informatif. Les PNC n'ont pas un accès direct aux informations entre le cockpit et le sol. Les mécaniciens semblent associer facilement le personnel de cabine aux prises de décision[1603].

La direction d'Air France ne confère pas de légitimité à ce savoir-faire organique. Lorsqu'on demande à Jacques Nicolle, directeur du département des Transports, comment mesurer le professionnalisme du PNC, il insiste sans hésiter sur son amabilité et son efficacité

[1601] Entretien avec Sylvie, *opus. cit.*

[1602] Entretien avec Charline, *opus. cit.*

[1603] *ibid.*

relationnelle, non pas sur sa capacité à gérer les incidents[1604]. Pour Louis-Marie Barnier, la prise de conscience institutionnelle se fait à la suite de l'accident à Dryden en 1989 du fait d'une accumulation d'une couche de glace sur les ailes. Pourtant détectée par le PNC, ce dernier est resté silencieux du fait de son exclusion du protocole technique nécessaire au décollage[1605].

Plus la direction commerciale fait pression sur son personnel pour obtenir des gains commerciaux (notamment en multipliant les temps de ventes à bord), plus les syndicats mobilisent la fonction de sécurité du PNC[1606]. Charline accuse Air France de choisir systématiquement « *le pognon* » plutôt que la sécurité. Sa carrière est marquée par les « *incidents bagages* », symptomatiques d'une politique commerciale pensée au détriment de la sécurité des employé·e·s :

> « *Il y avait des vols, j'en avais envie de pleurer ! Tu vois comment sont faits les compartiments bagages. Au début les gens voyageaient avec leur sac-à-dos, leur sac-à-main et tout le reste était mis en soute. La pire des plaies, ça a été l'invention des valises à roulettes*[1607] *[elle tape dans ses mains] ! Les valises à roulettes, dans un rack on en met deux, éventuellement trois, mais on en met pas trois / trois / trois [elle mime le type de rangement le plus efficient, à savoir sur la tranche des valises]. Comme c'était inscrit dans la réglementation que c'étaient des bagages standards « cabine », les gens montaient et quand les racks étaient pleins, ils ne voulaient rien savoir ! Donc c'était « madame où est-ce que je mets ma valise » ? Ils me l'amenaient dans le galley et il fallait que je me débrouille. Mais moi je ne suis pas Marry Poppins et une valise comme ça je ne peux pas la rendre comme ça [elle mime la réduction de taille]. Je téléphonais devant, j'appelais, je disais « arrêtez les bagages, je ne sais plus où les mettre ne les laissez plus passer ! ». En plus de ça la plupart du temps il y avait des pleins en cours pour le ravitaillement, cela implique d'être plus vigilant, de faire une annonce. Cela implique d'être à côté de la porte pour réagir s'il y a un*

[1604] *France Aviation*, n°210, mai 1972.

[1605] Louis-Marie Barnier, 1992, *opus. cit.* p. 351

[1606] Louis-Marie Barnier, 2014, *opus. cit.*

[1607] La marque Samsonite commercialise la valise à roulettes dès 1974. La valise-cabine dont parle Charline est inventée à partir de 1987, proposant un modèle « adapté » aux voyages en avion.

feu ou un truc comme ça. Cela implique tout un protocole de sécurité. Et moi j'étais bouffée par les valises, bouffée par les passagers qui venaient me coller les valises en disant « débrouillez-vous, on m'a laissé rentrer, elle est aux normes » ! Ça, ça été la galère pendant des années et des années. [Cela arrivait sur] *tous les vols d'affaire, tous les vols d'Allemagne essentiellement. Les mecs ils partaient pendant deux jours, ils prenaient leur pyjama, leur brosse à dents et ils ne voulaient pas attendre à l'arrivée leur bagage sur le tapis roulant. Une fois je me souviens j'ai pété un plomb, j'ai tout planté à l'arrière, je suis partie devant comme une furie. Le commandant était en contrôle et je dis [un ton furieux] « je vous préviens s'il y a une évacuation, je me tire ! Tu te démerdes ! Tu m'as entendu le voice recorder ?! ». J'ai claqué la porte et je suis partie. Ils ont su se dire que vu mon état il y avait un vrai problème. J'étais déjà ancienne pour oser parler comme ça. J'étais folle de rage. Et donc là, ils sont revenus en cabine, ils ont rempli deux palettes de bagages. Moi je privilégiais la sécurité. C'était la sécurité d'abord. On n'arrêtait pas de faire des rapports, on arrêtait pas de dire « c'est pas sécure, c'est pas sécure » ! Mais bon, entre le pognon et la sécurité... »*[1608].

Avant même la commercialisation des « valises cabines », la DGAC remarquait dans son rapport de 1976 que sur certains vols long-courriers, le PNC placent une partie des bagages non arrimées dans les zones d'office, « *faute de place* », souvent près des issues de secours[1609].

Par ailleurs, la gestion des clientèles Haute Contribution implique, de fait, une entorse aux protocoles de sécurité. La hiérarchie privilégie le traitement clientèle au détriment des règles de sécurité. Le contact délétère de Camille à Depardieu rend bien compte de ce paradoxe :

« *Le conflit a toujours existé. Si tu privilégies la sécurité il y a plein de choses que tu ne fais pas en commercial (...). Tu as des nécessités « contact clientèle » et des nécessités de ne pas faire n'importe quoi parce que c'est contraire à la sécurité. Un passager Première, même s'il faut brosser dans*

[1608] Entretien avec Charline, *opus. cit.*

[1609] DGAC, Contrôle relatifs à la sécurité, 1976, *opus. cit.*

le sens du poil, s'il ne veut pas mettre sa ceinture de sécurité, et bien tu es obligé d'aller au rapport de force avec ton passager Première jusqu'à ce qu'il s'attache. Moi j'ai eu ça avec Depardieu. Depardieu, c'est un gros blaireau ! [Je ris]. Il arrive et se croit au dessus des lois, il ne met pas sa ceinture de sécurité, il allonge son siège au décollage, il en a rien à foutre de personne… Je suis allée l'emmerder ! Ça c'est super mal passé avec lui ! Il arrive, déjà il ne donne pas sa carte d'embarquement (…). *Décollage, siège redressé, mais Mr. Depardieu ne voulait pas redresser son siège : « je suis fatigué, vous m'emmerder ». Il a été pris en train de pisser dans une bouteille dans un avion à un moment. Je ne sais pas ce qui s'est passé, mais, gros comme il est [elle le mime, ouvrant la bouche et dégoulinant]. Un porc ! un porc ! Ça ne m'étonne pas qu'il ait pissé dans une bouteille pendant le roulage. Donc, monsieur Depardieu n'en a rien à foutre de la sécurité et des autres. Tu es en plein conflit commercial/sécurité. Moi, en tant que petite CC, tu vois… J'essayais de lui dire gentiment, en mettant un ton léger, mais c'était au détriment du commercial. À l'atterrissage, il s'est levé pendant le roulage pour être le premier à sortir. J'ai essayé de le faire se rasseoir, mais j'ai jamais pu, il en avait rien à foutre ! »*[1610].

Les PNC affirment davantage leur fonction de sécurité à mesure que le contexte professionnel entre en crise, plus particulièrement en réaction à l'explosion du marché low-cost[1611]. Jean confirme que le conflit sécurité / commercial est perçu comme tel par les PNC et qu'il structure le travail du SNPNC :

« *Quelques fois la compagnie avait tendance à minimiser les problèmes de sécurité. Le syndicat les tenait au bout de la flèche* (…). *Air France les minimisait à tel point que le syndicat hurlait sur certaines décisions. Je prends l'exemple de rangs de passagers qui étaient trop proches des portes de secours… Aux yeux du syndicat, ce n'était pas compatible, de mettre trois sièges devant une porte de sécurité était inacceptable. Et puis alors les temps de travail évidemment, les problèmes de décalage horaire… Le*

[1610] Entretien avec Camille, *opus. cit.*

[1611] Louis-Marie Barnier et Mathieu Bensoussan, 2010 *opus. cit.*

syndicat a eu à mes yeux une bonne et forte influence dans l'évolution du boulot »[1612].

En marge d'une relation parfois conflictuelle à la direction, c'est surtout dans la relation entre pair·e·s que se consolide la fonction de sécurité. La gestion collective des incidents, la proximité à l'information statistique grâce au travail syndical, la valorisation du protocole dans des discussions officieuse (du type « tu as eu raison de prévenir le commandant de bord, ce comportement est dangereux pour la sécurité du vol »), sont autant de moyens qui permettent de conforter un savoir-faire technique organique peu reconnu par la compagnie. C'est à travers la cohésion d'équipage et l'attachement du personnel à l'entreprise Air France que la fonction sécurité s'impose comme la principale source de valorisation professionnelle.

4.3.3. Le travail émotionnel comme condition du bien-être professionnel

Isabelle Tronquet rappelle, dans l'introduction de son autobiographie, la difficulté du travail d'hôtesse. Elle mentionne l'effort du sourire, l'oubli de soi, la fatigue nerveuse et physique, la séduction non consentante :

« *La plupart du temps, les hôtesses de l'air font le maximum pour que tout le monde passe un bon moment. Elles le font en mettant de côté leurs émotions, en faisant abstraction de leurs vies personnelles parfois compliquées, de l'usure des années de service. De plus il est parfois difficile pour une hôtesse de rester sympathique sans que sa gentillesse ne soit interprétée comme de la luxure* »[1613].

Au cœur de la définition du travail émotionnel, ce témoignage rappelle la centralité de ce dernier à partir des années 1970. Face à l'accumulation de pressions, Air France investit davantage la gestion émotionnelle de son personnel commercial. L'encadrement précise avec toujours plus de détails les conditions du professionnalisme et du bien-être associé. La féminité attribuée à la gestion émotionnelle vient renforcer des dynamiques genrées, parfois abusives, et renforcent les mythologies sexualisantes qui entourent l'hôtesse. Afin de résister à

[1612] Entretien avec Jean, *opus. cit.*

[1613] Isabelle Tronquet, *opus.cit.*

la dégradation du métier, les PNC s'engagent davantage dans les relations sociales propres au collectif navigant, perçues comme positives et nécessaires.

4.3.3.1. L'élaboration du script émotionnel à Air France

Dans un entretien mené collectivement, Philippe donne une définition très intéressante du métier PNC :

> « *Je pense que le cœur du métier c'est la bonne humeur sérieuse. C'est-à-dire qu'on fait un métier qui est sujet à des problèmes techniques (il y a des crashs). Il y a un respect de l'horaire et un respect du client, mais qui doit se faire pour que les gens se rendent compte que ce métier est entre guillemets « facile ». C'est ça qui est le plus difficile. Faire passer un métier facile aux yeux des gens pour un métier sérieux* »[1614].

Maquiller un métier sérieux en métier facile relève du travail émotionnel. Les PNC comparent souvent leur exercice professionnel à celui des comédien·ne·s : l'avion est une scène étroite dans laquelle il faut performer un rôle. Cette comparaison est historiquement formulée par l'encadrement. Maurice Delaigue le rappelle par exemple dans un article pour *France Aviation* de 1972 *:* « *C'est comme au théâtre, si chacun connaît bien son rôle et n'oublie pas une réplique au moment opportun, la représentation sera bonne* »[1615]. Dans le numéro de juin 1975, le *Memovol* a recours à la même image (voir illustration n°43) :

[1614] Entretien collectif, *opus. cit.*

[1615] *France Aviation*, n°207, février 1972.

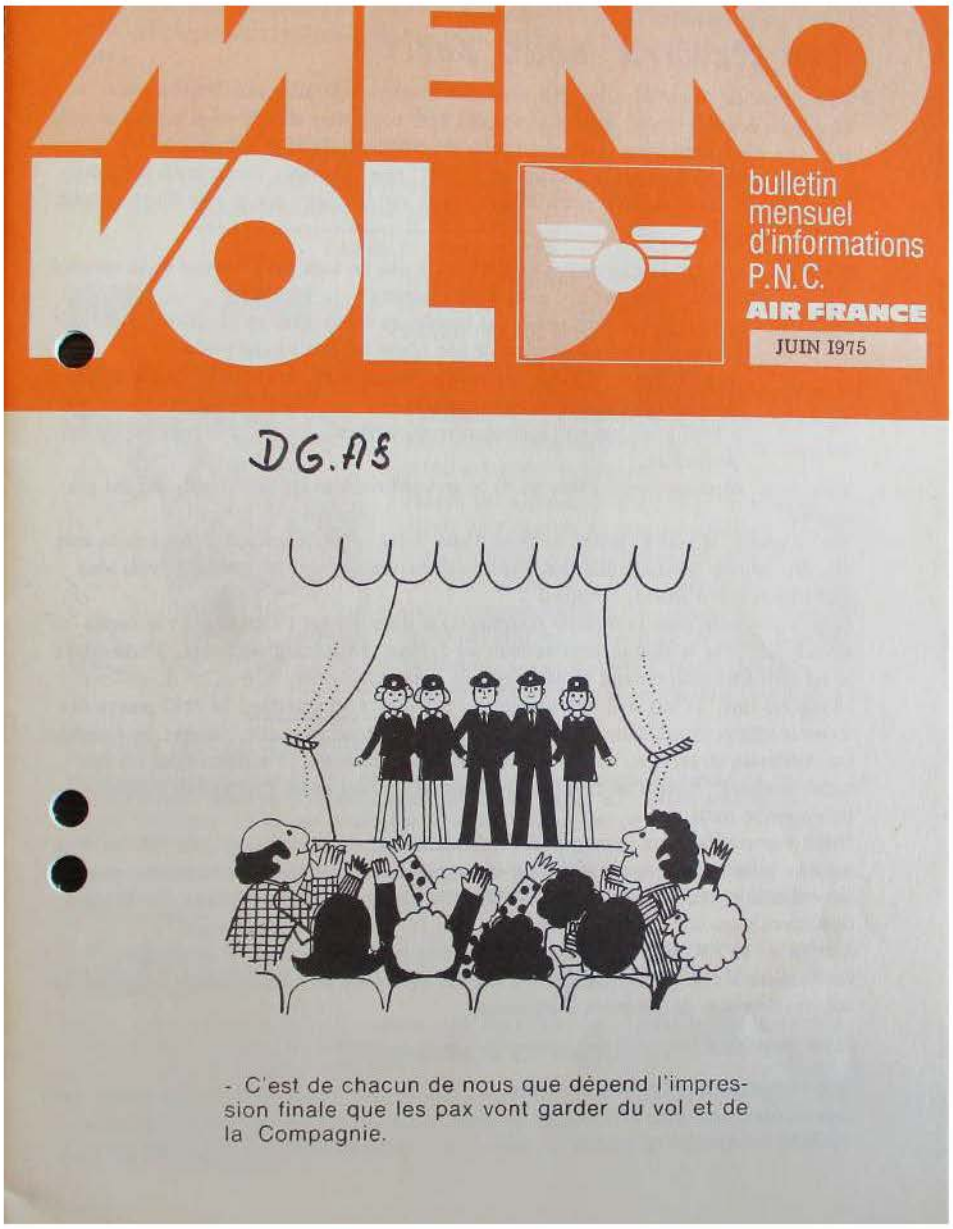


Illustration n°45 : les métaphores de l'encadrement, *Memovol* de juin 1975.

Figure pédagogique claire, cette métaphore permet d'insister sur le rôle fondamental des émotions au travail ; le PNC doit apprendre à réguler son état émotionnel, être réceptif à celui de la clientèle et exprimer cette empathie selon le langage codifié élaboré par Air France. Questionnée sur les protocoles de service en Première classe, Camille rappelle que l'hôtesse est avant tout une ambassadrice de son entreprise, toujours selon le registre de la représentation :

> « *Tu avais l'uniforme : tu représentes ta boîte (...). Tu apprends à t'oublier. C'est comme au théâtre en fait, tu mets ton uniforme et tu n'es plus toi*

entièrement. Tu joues le rôle de l'hôtesse. Voilà, tu as cette formation donc tu dois la jouer. Si tu as un conflit avec un passager ou quoi que ce soit, tu es là en tant que représentant d'une boîte qui peut être traînée en justice par un passager, etc. Tu as à ne jamais oublier que tu es Air France (...). Il faut aussi accepter de jouer son rôle »[1616].

L'encadrement rappelle tout au long des années 1970 que le sourire, le charme ou la disponibilité de son professionnel sont les atouts de la compagnie. Le groupe d'étude convoqué en 1974 dicte des règles générales du comportement PNC. Ce dernier doit manifester ses égards sans pour autant « *importuner le passager* ». Il faut s'en approcher suffisamment pour *« devancer ses besoins, de les comprendre et de les satisfaire* », sans pour autant le solliciter directement. Air France doit se fédérer autour d'un nouveau style et d'une nouvelle ambiance : « *plus française, plus chaleureuse, jouant dans la dimension sensorielle et le naturel des relations* ». Le personnel doit alors chercher un contact « *simple, proche, naturel, chaleureux, honnête avec la clientèle* ». Le recrutement se concentre sur « *la délicatesse, la finesse, la spontanéité, la chaleur humaine, le dynamisme, l'aptitude à la communication, l'esprit d'initiative, le modernisme* ». La création d'ambiance passe par des supports matériels permettant « *l'excitation des sens* », afin de tempérer la haute technicité de l'environnement. Chaque support de service doit être étudié en fonction de ce critère, « *qu'il soit de nature à satisfaire la vue (...) l'ouïe (...) le goût (...) le toucher (...) l'odorat* »[1617]. Cette volonté commerciale se traduit par une surveillance accrue des performances émotionnels et esthétiques du PNC. Sylvie se rappelle d'une réglementation stricte :

« Tu avais des instructrices qui montaient à bord. Elles regardaient si tu respectais les normes. C'est-à-dire que tu n'avais pas quelque chose de choquant, du genre des bijoux trop voyants ou des cheveux pas adaptés. Il ne fallait pas que le chignon ou les cheveux touchent le col du chemisier. J'ai été la première à Air France à porter la coupe afro : je me suis fait friser et j'avais une coiffure « comme ça » [elle encadre son visage avec ses mains] *(...). Un jour une instructrice m'a dit: « mais* [Sylvie], *ce n'est pas réglo cette coiffure » (...). Mais je ne voulais pas me couper les cheveux. J'ai toujours eu les cheveux très longs et j'en avais marre de me faire des*

[1616] Entretien avec Camille, *opus. cit.*

[1617] Rapport du groupe d'étude, 1974, *opus. cit.*

> *chignons, alors j'ai tout coupé* (…). [Ces contrôles avaient lieu] *à peu près tous les ans. C'était rigoureux. Si ça ne correspondait pas, on te faisait un rapport et on te convoquait à la division. On te disait : « bon* [Sylvie]*, il ne faut pas mettre de bagues, il faut mettre des boucles d'oreilles discrètes* »[1618].

Valérie Nadame témoigne de la dureté du contrôle esthétique. Son stage d'embauche de 1984 alterne entre une formation aux gestes de service en cabine et des temps consacrés aux techniques du corps. Le contrôle de l'apparence est strict jusqu'à devenir violent :

> « *Les stagiaires sont accompagnés de professionnels pour nous apprendre à nous coiffer ou nous maquiller, à l'époque on insistait sur un maquillage voyant et élégant, surtout le rouge à lèvres assez vif* (…). [On était traité] *parfois sans ménagement, stigmatisant les faux pas brutalement, parfois jusqu'à* [nous] *faire pleurer* (…). *Nous devions être impeccables dans nos tenues et même dans nos coiffures qui faisaient l'objet d'une véritable inspection au moment du départ* »[1619].

Elle analyse cette rigueur par l'appartenance « *à une entité prestigieuse* », ce qui facilitait son acceptation d'un traitement sévère. Le prestige que le narratif managérial associe à l'institution génère une plus-value sociale, captée par Valérie à mesure qu'elle fait carrière. Après avoir été promue CCP, elle admet son plaisir à transmettre les valeurs de l'entreprise « *et la responsabilité de la bonne tenue en vol* »[1620], soit l'ensemble du script émotionnel et esthétique qui lui a causé de la souffrance à ses débuts.

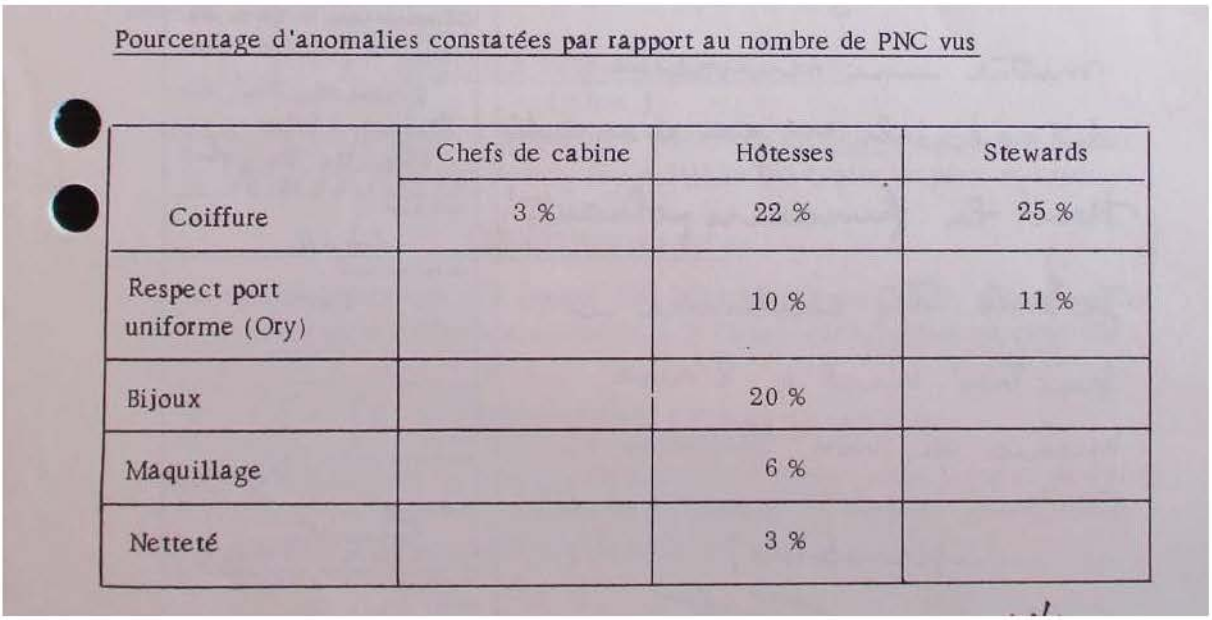
Les différents outils d'information servent de support aux nouvelles consignes managériales. *Memovol* attire avec fréquence le regard des PNC sur les fautes commises, rappelant que l'esthétique des PNC est liée à l'image de marque de l'entreprise. Le numéro de mai 1976 dénonce ainsi les défauts d'uniforme sous la forme d'un « *pourcentage*

[1618] Entretien avec Sylvie, *opus. cit.*

[1619] Valérie Nadame, *opus. cit.* pp. 14-17

[1620] *Ibid.* p. 44

d'anomalies ». Cette injonction est soutenue par un tableau faisant la synthèse des opérations de contrôle effectuées sur un trimestre (voir illustration n°44)[1621] :



Pourcentage d'anomalies constatées par rapport au nombre de PNC vus

	Chefs de cabine	Hôtesses	Stewards
Coiffure	3 %	22 %	25 %
Respect port uniforme (Ory)		10 %	11 %
Bijoux		20 %	
Maquillage		6 %	
Netteté		3 %	

Illustration n°46 : tableau récapitulatif des opérations de « contrôle présentation » au printemps 1976. *Memovol*, mai 1976

On remarquera premièrement que les contrôles portent principalement sur le protocole d'habillement. Ils investissent davantage le personnel féminin, autorisé à porter bijoux et maquillage. Le critère de « netteté » renvoie à la capacité du personnel à gommer les stigmates de la fatigue et à conserver une certaine fraîcheur, une qualité qui se décline essentiellement au féminin aux yeux de l'encadrement. Dans un numéro de mars 1976, ce sont spécifiquement les hôtesses qu'on accuse de porter des chaussures usées[1622]. Le nombre « d'anomalies » est plus élevé chez le personnel d'exécution que chez leur supérieur hiérarchique. Les chef·fe·s de cabine respectent mieux les protocoles établis, signe d'une meilleure intégration à l'esprit d'entreprise. En cela Air France use des stratégies largement partagées dans le monde de l'entreprise, qui visent à privilégier un encadrement gagné à la cause de la direction, c'est-à-dire qui ont correctement assimilé le langage idéologique et affectif dispensé par l'entreprise[1623].

[1621] *Memovol,* mai 1976, Aarchives nationales cote 20180302/220

[1622] *Memovol,* mars 1976, AN cote 20180302/220

[1623] Frederic Lordon, *Capitalisme, désirs et servitude,* La Fabrique, 2010, 216 p.

Visibiliser les mauvais comportements commerciaux est une constante dans l'ensemble de la presse d'entreprise. La revue de la direction des opérations aériennes, *Intrado*, publie par exemple la réclamation d'un passager qui, après avoir été séparé de sa famille sur un vol, « *déplore l'attitude des hôtesses et du steward* », n'ayant « *fait aucun effort pour* [lui] *être agréables* »[1624]. *France Aviation* édite même des extraits de correspondances adressées à la direction. Sa rubrique « le rose et le gris » met en valeur les points négatifs du service (comme des accoudoirs malcommodes), ainsi que les points positifs (la prévenance des PNC lors d'un retard)[1625]. Ces réclamations servent de support à l'encadrement pour réaffirmer les règles émotionnelles auxquelles sont soumis·e·s les salarié·e·s. Après avoir publié la plainte d'un passager sur un vol à Montréal qui trouvait les hôtesses sans chaleur d'accueil, *Memovol* souligne ainsi, en majuscules et sans ambigüités, « *souriez, les affaires iront mieux* »[1626]. La direction rappelle qu'il est strictement interdit de critiquer l'entreprise et ses choix, notamment lorsque les passager·ère·s introduisent des éléments de comparaison avec d'autres compagnies. *Memovol* publie en février 1979 un article consacré à « *comment réagir aux critiques des clients* », dans lequel on explique aux PNC qu'il ne faut pas perdre le sourire, qu'il faut recevoir la légitimité de la critique et surtout appeler un·e CC – l'encadrement étant plus à même d'argumenter dans un conflit avec la clientèle, mieux formé aux politiques de l'entreprise[1627].

Le contrôle de l'activité PNC prend également la forme de récompenses, comme en témoigne la prime de 100 F octroyée à Jean-Pierre, alors chef de cabine, remercié par la hiérarchie « *pour son dynamisme, son amabilité et son comportement souriant* » lors d'un retard sur une escale à Toronto en janvier 1980[1628]. On retrouve dans *Memovol* plusieurs lettres de passager·ère·s venant féliciter le personnel de la compagnie. Un anglophone reconnaît la sollicitude experte de l'équipage sur un vol en mai 1975, ayant su prêter une attention spéciale à ses enfants[1629]. Un autre remercie plus particulièrement une hôtesse pour avoir considéré sa situation personnelle et l'avoir fait débarquer en premier[1630]. Un chef de cabine est félicité par lettre du responsable du secteur de vente, après avoir su communiquer à

[1624] *Intrado,* n°3, 1969, revue numérisée sur Gallica

[1625] *France Aviation*, n°242, mars 1975.

[1626] *Memovol,* décembre 1977, AN cote 20180302/220.

[1627] *Memovol*, février 1979.

[1628] Carnet de vol. Archives personnelles de Jean-Pierre.

[1629] *Memovol,* septembre 1975, AN cote 20180302/220.

[1630] *Memovol,* août 1975, AN cote 20180302/220.

sa division de vol de bonnes informations commerciales (un groupe d'Éclaireurs de France de sa connaissance est parti en Norvège avec Air France)[1631]. *France Aviation* relaie même une photo d'une hôtesse prise par un passager, à laquelle ce dernier a joint une lettre pour lui décrire son émerveillement. Marie-Christelle Belhache reçoit de la part de l'encadrement des félicitations[1632]. La publication systématisée des mauvais et des bons comportements permet à l'encadrement de réactualiser ses attentes.

Au cours des années 1970, la direction du personnel complexifie les critères d'embauche. Lors de l'observation des candidat·e·s à l'embauche, l'encadrement utilise une véritable grille de lecture *« caractérologique »*, évaluant des critères tels que la vitalité, le dynamisme, l'affirmation de soi ou encore le comportement social[1633]. Chaque catégorie principale se décline en plusieurs sous-catégories : « *l'esprit de coopération* » vient par exemple expliciter ce que la direction entend par « *comportement social* ». Ces sous-catégories sont elles-mêmes classifiées par un spectre allant de la lettre A à la lettre E, établissant des extrêmes comportementaux. Le jury cherche à déterminer quelles sont les typologies comportementales les plus adéquates, sur la base de l'observation des candidat·e·s dans une maquette d'avion. En jugeant les corps en mouvement, ils tentent de percevoir quelles « *physionomies sociales* » traduisent au mieux l'esprit d'Air France. Pour reprendre les mots de Bourdieu, le personnel d'instruction juge, dès le premier regard posé sur les candidat·e·s, si leur présentabilité peut être transformée en représentabilité au coût d'un moindre effort[1634].

Les stages de formation PNC insistent particulièrement sur les ressorts émotionnels du service. Dans la présentation des nouveaux protocoles de formation de 1977, la 3ème journée de stage est consacrée au perfectionnement du PNC « *dans son rôle de responsable de l'ambiance à bord* »[1635]. Dans un premier temps, les stagiaires doivent discuter de la réalisation des objectifs commerciaux en fonction de leur réalité professionnelle. Le deuxième temps est consacré aux « *conditions matérielles et humaines d'un vol* », soit au mode de présence adéquat au travail. On demande aux participant·e·s de s'interroger sur leur ressenti

[1631] *Memovol*, avril 1975, archives du musée d'Air France.

[1632] *France Aviation*, n°245 mai 1975.

[1633] D'après le rapport du recrutement de PNC établi par la Direction du Personnel en 1972. Musée Air France.

[1634] Pierre Bourdieu, « Remarques provisoires sur la perception sociale du corps », *in Actes de la recherche en sciences sociales,* n°14, 1977, Présentation et représentation du corps, pp. 51-54

[1635] Stages PNC 1976-1977, rapport du centre PNC à la direction des transports, *opus. cit.*

professionnel : « *vous avez quelques fois le sentiment d'avoir réussi votre vol ou de ne pas avoir réussi votre vol : quels ont été alors les facteurs de réussite ou de non-réussite du vol ?* ». Les réponses sont conditionnées par un tableau qui formalise les conditions de réussite. Nous reconnaissons là-aussi la signature managériale caractéristique des années 1970, à savoir partir d'un ressenti subjectif pour le recodifier aussitôt selon le langage de l'entreprise.

Le professionnalisme, promesse d'une belle carrière, résulte du mélange entre le travail émotionnel qu'engage le PNC pendant le service et son niveau d'assimilation à l'entreprise. À l'occasion d'un stage de 1988, un glossaire est fourni aux cadres afin de détailler « *les quatre objectifs de l'appréciation des PNC candidats à l'intégration* »[1636]. « L'objectif « image de marque » vise à vérifier que les stagiaires savent mettre en valeur leur corps selon les protocoles d'habillement. « L'objectif qualité » mesure s'ils savent vendre la confiance dans Air France, en inspirant aux passagers un sentiment de sécurité. « L'objectif communication » insiste sur la sociabilité et la disponibilité du personnel. Enfin, « l'objectif efficacité » vérifie que le PNC peut produire les sentiments exigés le plus méthodiquement possible, en se coulant dans l'organisation d'entreprise. Il doit être dynamique et mobile, attentif, doit savoir participer, savoir collaborer et sans cesse rechercher l'esprit d'équipage.

À considérer les bilans d'évaluation de Camille, cheffe de cabine principale (CCP) retraitée en 2015, on s'aperçoit que l'entreprise continue d'évaluer ses salariées sous l'angle relationnel, c'est-à-dire au regard des relations qu'elles sont capables d'aménager. Lors d'un contrôle en 1994 sur un Boeing 747, une cadre écrit en guise de bilan :

> « *Belle jeune femme à la présentation soignée,* [Camille] *est très représentative de la fonction. Dans le domaine de la sécurité et de la technicité, elle agit avec sérieux et méthode. Organisée et soignée,* [Camille] *offre à nos passagers une cabine et un galley* (cuisine de bord) *en permanence rangés. Vive et pétillante elle participe activement au travail d'équipe et instaure un travail convivial. Dotée d'un charme naturel et d'une aptitude relationnelle développée,* [Camille] *se sert*

[1636] Feuillet d'appréciation des PNC saisonniers fourni par la Direction des Opérations en 1988. Musée Air France.

d'une disponibilité sans faille pour mettre en valeur un réel engagement commercial »[1637].

À la fin des années 1990, le management des PNC d'Air France repose encore sur cinq piliers : la sécurité, le service, le relationnel, le commercial et le représentatif (soit la mise en scène de son corps au service de l'image d'entreprise). La valeur productive de Camille se mesure par sa capacité à « se mettre à disposition de » ; l'encadrement examine sa disponibilité vis-à-vis de la clientèle d'abord, mais aussi vis-à-vis de l'équipage et de l'entreprise. Air France juge son personnel « *à la netteté de la silhouette* », au soin des mains et des cheveux, à la propreté du maquillage et du visage, au respect général de l'uniforme. Pour évaluer les compétences de service, l'entreprise s'intéresse à la propreté de la tenue, à la synchronisation des gestes de service et à leur élégance, au timbre de la voix. « *L'intonation joyeuse et chaleureuse* » de Camille lui vaut par ailleurs des éloges. Le rapport à l'équipage doit quant à lui être fluide et personnalisé, l'esprit d'équipe développé et immédiat. Il est bien vu de Camille qu'elle soit « *disponible de tous les instants* ». Enfin, l'engagement commercial de l'hôtesse de l'air s'estime par sa relation au client, qu'elle devra personnaliser un maximum au prix d'une observation et d'une sélection des profils importants à fidéliser.

La gestion émotionnelle du corps salarial n'est pas chose nouvelle. En revanche sa centralité dans l'ordre productif se renforce à mesure que s'accélère la tertiarisation de l'activité économique. La littérature féministe a révélé la dynamique profondément genrée dans la répartition des tâches émotionnelles. Le féminin, valorisé pour sa sollicitude, son empathie et sa disponibilité, absorbe les efforts managériaux[1638]. La professionnalisation du service à la personne impose aux salariées des charges de travail d'autant plus importantes qu'elles s'ajoutent aux charges affectives et organisationnelles des femmes[1639].

4.3.3.2. Les implications genrées du travail émotionnel

[1637] Archive privée de Camille, « Contrôle en vol d'hôtesse et de steward », Direction des opérations aériennes, avril 1994.

[1638] Carol Gilligan, Arlie Hochschild, Joan Tronto, *Contre l'indifférence des privilégiés : à quoi sert le care* », Payot, 2013 (édition française), 144 p.

[1639] Angelo Soares, « Les émotions dans le travail *», in Travailler,* n°9, 2003, pp. 9-18

En investissant le travail émotionnel de son personnel, l'encadrement mobilise davantage les qualités féminisées. Dans une perspective historique, la sollicitude est une qualité non pas féminine, mais naturalisée par les femmes dans leur apprentissage du genre, de façon à reproduire et « reposer » la main d'œuvre salariale. La sollicitude devient une obligation morale de l'identité « femme »[1640]. Les implications genrées d'un éthos professionnel féminisé s'observent selon un triple phénomène. Premièrement, les hôtesses sont plus sollicitées que leurs homologues masculins lors des temps de travail officieux. Deuxièmement, elles engagent davantage leur émotions dans le travail du fait de la sexualisation de leur condition. Enfin, le script émotionnel d'Air France contient une proposition genrée qui se répercute sur les stewards ; l'embauche d'hommes homosexuels rappelle qu'Air France cherche à privilégier des qualités dites féminines, qu'on retrouve supposément dans les masculinités dévirilisées.

Dans les années 1970, les gestes de service s'effectuent toujours selon des espaces différenciés, notamment dans le cadre d'un service luxueux. Les protocoles de service en Première ou sur le Concorde distinguent le rôle du steward, chargé du travail de commissariat, du rôle de l'hôtesse, qui se concentre sur l'attention directe à la clientèle. De la même manière, les hôtesses s'occupent exclusivement des annonces. On voit à travers la photo d'un stage de formation de 1973 que ce sont des hôtesses qui s'entraînent à utiliser le microphone[1641]. Les hôtesses, en tant que « professionnelles de la féminité », sont surchargées de toutes les missions qui y sont associées, notamment celles de désengager les situations conflictuelles. À la suite de l'aménagement des zones non-fumeurs dans ses avions au milieu des années 1970, le PNC d'Air France doit gérer de nombreux incidents. L'hôtesse est alors davantage sollicitée pour calmer les humeurs des fumeurs récalcitrants, selon l'idée que le sourire d'une jeune femme adoucit les colères masculines[1642]. Ce narratif, reconduit par la presse d'entreprise, ne rend pas compte des violences que peuvent subir les hôtesses, qui semblent systématiquement placées en première ligne des situations problématiques. Elles absorbent les mécontentements et les désillusions, mais parfois de grandes violences auxquelles elles ne peuvent plus faire face. Sylvie raconte par exemple avoir été soulevée du sol par un passager qui refusait d'obéir à une consigne :

[1640] Pascale Molinier, « Et la tendresse, bordel ! », *in Multitudes*, n°52, 2013, pp. 172-177

[1641] *France Aviation*, n°223, juillet 1973.

[1642] *France Aviation*, n°244, mai 1975.

> « *Il y en a une fois un passager qui m'a attrapé par dessous les bras et m'a mis les pieds à ça du sol. Il me secouait comme un prunier ! Il a fallu que le mécano d'en haut arrive avec un extincteur et une couverture pour le maîtriser. Il était à moitié fou, il était bourré. Quand je lui ai dit d'arrêter, il m'a soulevé* »[1643].

Les hommes du cockpit interviennent souvent à la demande des hôtesses. Lorsque Sylvie se fait toucher sous la jupe, elle en réfère au chef d'équipage qui débarque le passager. Charline a vécu des situations similaires, aux prises avec un passager insultant, avant d'en référer aux hommes du cockpit :

> « *Une fois, sur un vol du petit matin où je travaillais en Première, un passager de Business voulait aller aux toilettes des passagers Première. Je lui explique gentiment que les toilettes des passagers Première sont réservées, qu'ils étaient en train de se réveiller, qu'ils allaient vouloir aller se changer aux toilettes (ils étaient en pyjama), etc… Et le gars ne voulait pas entendre, il a commencé à se fâcher, à dire que j'étais une connasse… J'ai pris les choses gentiment. Mais le ton est monté, il m'insultait et tout ça. Je suis allé raconter ça aux PNT. Le copi me dit si je voulais porter plainte, car si je voulais porter plainte il devait appeler par radio tout de suite. « Oh, c'est un con, laisse tomber ». À ce moment-là le CCP est arrivé et me dit « écoute il y en a marre de se faire insulter, il y en a marre ! ». « Tu as raison, je vais porter plainte ». Et donc ce sont les policiers qui sont venus et qui ont débarqué le mec, ils l'ont descendu devant tout le monde, menottes à la main* »[1644].

Ce sont les pilotes qui ont la capacité de juger d'une action litigieuse, puisque la communication avec le centre policier local dépend de leur radio. En tant que femmes, les hôtesses sont propulsées au devant des situations conflictuelles sans pour autant posséder toutes les clés de leur résolution légale, toujours dépendante du commandant de bord.

[1643] Entretien avec Sylvie, *opus. cit*

[1644] Entretien avec Charline, *opus. cit.*

Comme le rappelle Air France, le PNC est toujours en représentation de la compagnie. L'encadrement multiplie les remarques sur les tenues en civil dans l'enceinte de l'aéroport, les jugeant parfois trop négligées[1645]. Dans cette perspective, les hôtesses sont souvent sollicitées lors de leur temps de repos au titre d'ambassadrice de la féminité française, comme le rapporte Agnès :

> « *En tant que représentant de la France à l'étranger, on attendait de nous un certain maintien. Je me souviens qu'on m'expliquait au stage d'entrée qu'il fallait avoir dans mes bagages, systématiquement, un maillot de bain et une robe du soir* (…). [Lors] *d'une escale à Karachi où le chef d'escale nous dit que le bateau la « Jeanne d'Arc » est actuellement au port et que le pacha, donc le commandant de la « Jeanne d'Arc », souhaite inviter tout l'équipage le soir à 19h. Très bien.* (…) *On ne peut pas refuser, ça fait partie de la mission* »[1646].

La mission de représentation de l'entreprise repose essentiellement sur le mode de présence féminin. *Memovol* accompagne le slogan « *votre présentation, c'est notre réputation* », d'une photo d'une hôtesse[1647].

La féminisation de la posture attentive et bienveillante coïncide avec une dégradation des compétences professionnelles. L'éthos serviciel et commercial est associé au féminin, tandis que l'éthos de la responsabilité technique se conjugue au masculin. Dans son ethnographie du téléphone rose (une structure qui propose des échanges érotiques), Saloua Chaker observe que l'entreprise valorise la capacité des femmes à performer la féminité. Elle ajoute surtout que « *la propension des femmes à jouer la comédie permet également d'entretenir les représentations d'un travail qui ne nécessite aucune qualification ni compétence particulière* »[1648]. Dans les représentations illustrées des hôtesses de l'air en circulation à cette époque, *Fanchon* ou *Natacha* ne sont pas des femmes navigantes à fort capital technique, mais bien des femmes qui jouent particulièrement bien leur rôle de genre

[1645] *Memovol*, mars 1976, *opus. cit.*

[1646] *Ibid.*

[1647] *Memovol*, mai 1976, *opus. cit.*

[1648] . Saloua Chaker, « Les émotions dans le travail », *in Travailler,* n°9, 2003, pp. 9-18, pp. 133-161

dans le cadre d'un service. La syndicaliste belge M. Genonceaux dénonce cette emprise des stéréotypes sur sa condition salariale :

> « *Elles sourient toujours. Elles portent un bel uniforme. Elles voyagent beaucoup. Elles sont « sollicitées » par de riches hommes d'affaire qui les couvrent de cadeaux (...). Voilà pour l'image, telle qu'on la fabrique à l'usage du grand public. La réalité est sans doute un peu différente : une carrière incertaine, prématurément terminée, la soumission humiliante à des examens devant une commission dite « esthétique » et qui décide de l'aptitude de chacune à charmer les mâles – comme s'il s'agissait de charmer et non d'aider les voyageurs dans leurs déplacements* »[1649].

Les hôtesses féministes de la Sabena dénoncent l'esthétisation de leur fonction et les effets délétères qu'elle entraîne. La sur-sollicitation de la féminité des hôtesses se retrouve dans le comportement des passagers. Le compliment camoufle parfois une sollicitation sexuelle. Jacky Nacal raconte par exemple comment un prix Nobel de biologie lui offre une fleur avec sa carte en faisant promettre de venir la visiter[1650]. Sur un ton moins complaisant, Isabelle Tronquet dénonce « *le fantasme de l'uniforme* »[1651]. Elle rapporte par exemple l'histoire d'une collègue traumatisée après qu'un homme se soit masturbé et exhibé devant elle, et qu'une turbulence ait propulsé sa tête près de son sexe. Isabelle rapporte même avoir reçu de la part d'un passager un post-it avec son nom et son numéro accompagné de 50 dollars : « *j'ai senti qu'il s'égarait et qu'il confondait le métier d'hôtesse de l'air et celui de prostituée* ». Ces comportements sont encouragés de manière explicite par certains médias, comme le livre porno-érotique *How to Make a Good Stewardess.* Sa vocation humoristique ne l'est qu'à moitié quand on considère les dernières pages, éditées sous la forme de tableau invitant à noter les numéros des hôtesses[1652].

En suivant la logique du continuum sexo-économique défini par Paola Tabet, c'est en insistant sur la position servicielle et sollicitante de ses employées que les compagnies

[1649] M. Genonceaux, « Tout ce qui brille n'est pas or », *Les cahiers du GRIF,* n°4, 1974, L'insécurité sociale des femmes, pp. 44-45

[1650] Jacky Nacal, *opus. cit.*

[1651] Isabelle Tronquet, *opus. cit.* p. 62

[1652] Bill Wenzel et Cornelius Whol, *opus. cit.*

aériennes favorisent ces comportements[1653]. Cas d'école de ce procédé, le comité éditorial de *France Aviation* relaie une réclamation d'un passager anglophone du « club des 2000 ». Accompagnée de la photo de Marie-Christelle Belhache qu'il a lui même pris, il écrit :

> « *Cette hôtesse était charmante, efficace, coopérative, élégante et, pour tout dire, magnifique (...). Si vous parvenez à savoir qui elle est, vous souhaiterez peut-être lui offrir cette photo... Pendant que vous y êtes, vous pouvez l'embrasser sur les deux joues de ma part !* »[1654].

On retrouve dans cette déclaration l'interconnexion entre les qualités servicielles et les qualités esthétiques qu'attend la compagnie ; publiée dans une revue de l'encadrement, ce court article est censé inspirer le comportement professionnel des hôtesses.

Malgré un narratif indigène venant atténuer les rapports genrés au travail, la sexualisation des hôtesses est fortement reconduite par le collectif de travail. Dans les années 1970, les hôtesses et les stewards partagent un statut social quasiment indiscriminé. Iels possèdent le même salaire à grade équivalent, cotisent dans la même caisse de retraite, touchent les mêmes primes et partagent les mêmes espaces professionnels (banques PNC, chambres d'hôtels, etc.). Pour Anne, cette parité salariale permettait d'entretenir des rapports sans ambiguïtés. Elle raconte le fait de pouvoir se changer dans une salle commune, stewards et hôtesses confondu·e·s, dans des locaux non prévus à cet effet :

> « *On faisait un vol sur Air Inter, qu'on nous demandait de faire en civil* [vol MEP]*, et lorsqu'on arrivait, admettons, à Toulouse, il fallait pouvoir se mettre en uniforme de travail. Mais aucune chambre d'hôtel n'était prévue puisqu'on restait à l'aéroport. Il fallait qu'on se change. A l'escale, on nous disait de se mettre dans une salle, un bureau, peu importe, pour pouvoir se changer. Et, très curieusement, cela m'a beaucoup marqué... en fait il n'y avait qu'une pièce généralement. Donc on se mettait les garçons et les filles en même temps. Ça se passait de façon totalement naturelle, sans aucun problème. Un jour, en me posant la question, je me suis rendue compte*

[1653] Paola Tabet, *opus. cit.*

[1654] *France aviation*, n°243, avril 1975. Traduction de la lettre originale : « *this hostess was charming, efficient, cooperative, elegant and, to say the least, beautiful (...). If you can find out who she is, you might wish to present her with this photograph.While you are at it, you may give a kiss on both cheeks from me* ! »

d'une chose, c'est que dans ce cadre très précis de l'activité professionnelle, nous étions des collègues de travail. Il n'y avait pas de « nanas, de mecs » (...). C'était très étrange ! Une fois j'avais posé la question, on m'avait dit « non, là on est entre collègues, point barre »[1655].

Cette relation à l'équipage est à nuancer, notamment parce qu'Anne fait partie de l'encadrement supérieur. Elle est cheffe PNC et cheffe de secteur à la fin de sa carrière, abrégée par les plans sociaux de 1997. Elle a même pu témoigner du métier dans un article du *Monde* en 2003. La parité de traitement est un discours d'entreprise, qui ne rend pas forcément compte de la réalité genrée. Il faut de plus s'attarder sur la notion de « *cadre très précis* », capable d'atténuer ou d'éliminer la dynamique genrée des rapports professionnels, indiquant que cette dernière est visible dans « un cadre plus général ». Charline se souvient de comportements problématiques de la part des collègues masculins, qu'elle minimise cependant du fait de la parité salariale satutaire :

« *On n'avait aucune raison d'être jalouse de la carrière d'un homme (...). On n'avait rien à prouver de ce côté-là : on ne gagnait pas moins, on ne volait pas plus. Le congé annuel était attribué au matricule, filles comme garçons avaient les mêmes avantages. Après c'était du personnel, du genre quand on est penchée dans un galley et que le mec vient derrière et fait des remarques qui sont répréhensibles maintenant. À l'époque on s'en foutait !* [Ça arrivait] *tout le temps ! Voilà, mais quelle importance ? La réflexion qui revenait le plus souvent, c'est celle où l'hôtesse est penchée pour attraper quelque chose, le steward rentre dans le galley et dit « ne te penches pas comme ça devant moi »*[1656].

Il existe une certaine ritualisation des comportements sexistes. Des surnoms évocateurs donnés à certains stewards témoignent de la récurrence des incidents sexuels. L'exhibition, la sur-sexualisation des hôtesses et de leurs gestes semblent faire partie d'un quotidien, dont les rapports de domination sont assouplis par les mécanismes du rire et de l'humour :

[1655] Entretien avec Anne, *opus. cit.*

[1656] Entretien avec Charline, *opus. cit.*

« *C : Il y avait des moments aussi où au sein de l'équipage on ne s'entendait pas bien. Il y avait des tensions. Dès fois, tu ne supportes pas le chef de cabine !*

D : Il y avait Golden Quequette !

P : Ah oui, Golden Quequette !

C : Ah ! Et Toro de Fuego ! Et Hélicoptère [rires] !

M : C'était qui Golden Quequette ?

P : On l'appelait [X]. *Golden Quequette. Il avait toujours la bite en feu, il se la tenait tout le temps.*

D : Il y avait [X] *aussi qui avait la bite en feu. Mais c'était un malade : il frappait à la porte du galley en criant [elle mime le fait de se tenir le pénis] « Ah vite, vite, une serviette, je ne me retiens pas ». Il faisait croire qu'il bandait en permanence et qu'il ne pouvait pas se retenir* »[1657].

En féminisant son image de marque, la compagnie forme ses hôtesses à une performance de la féminité qui n'est pas transposable, en l'état, sur leurs homologues masculins. Elle agit néanmoins puissamment sur eux, à en croire le développement des politiques d'embauche de stewards homosexuels au tournant des années 1970. À la suite de l'ouverture des droits de la communauté homosexuelle, Phil Timeyer annonce que les compagnies embauchent une grande majorité de stewards gays : d'après ses données d'entretien, près de 85% des stewards d'American Airlines dans les années 1970 sont des homosexuels, reconnus en tant que tels[1658]. Sylvie raconte qu'Air France procède aux mêmes politiques salariales. L'encadrement prête aux hommes gays des qualités féminisées et une grande capacité de performance émotionnelle :

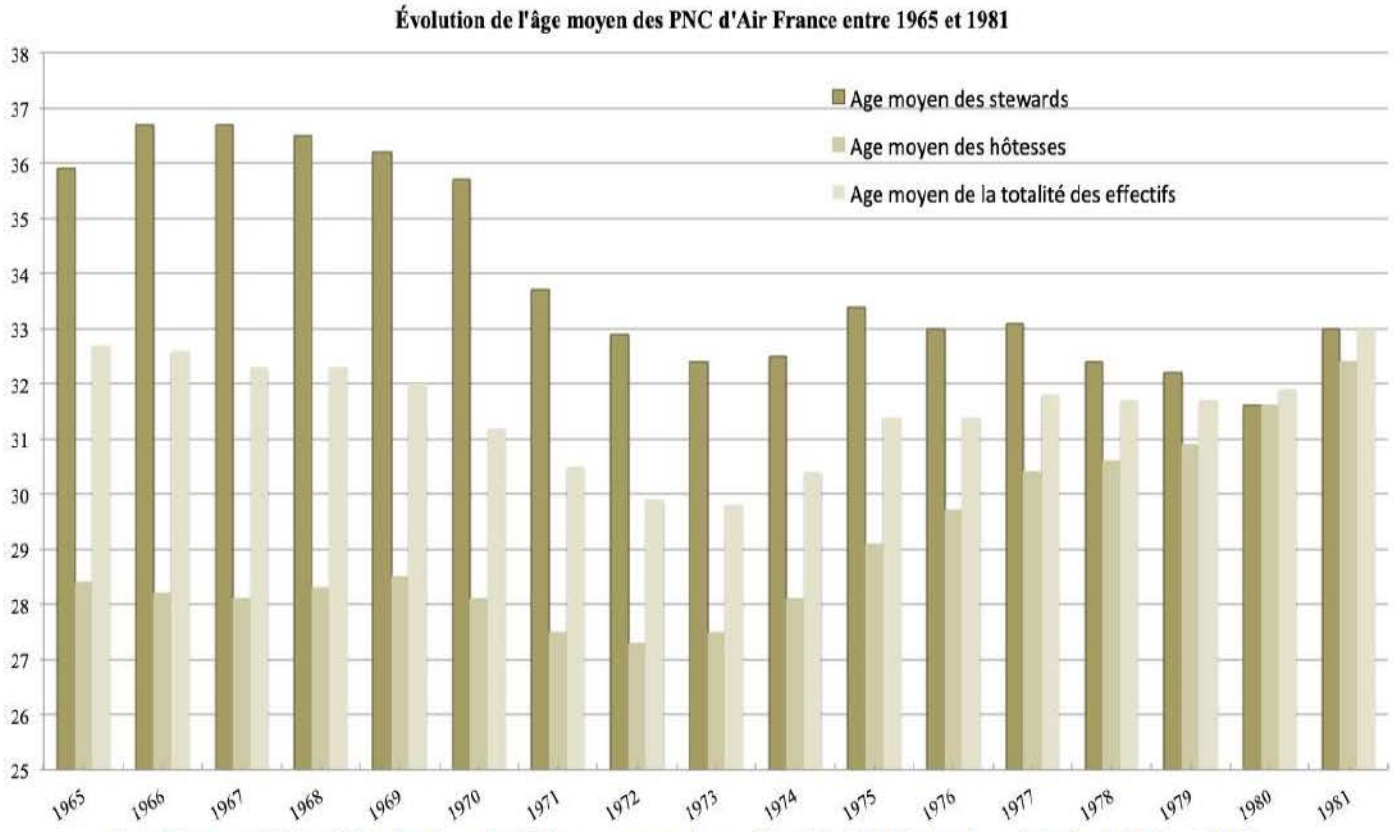
« *Lorsqu'on a été recruté en 1970 on a vu arriver sur long-courrier une vague de stewards homosexuels. À la division on nous disait qu'Air France copiait Lufthansa pour le recrutement, qui dans les années 1971 et 1972 recrutait beaucoup d'homosexuels. J'ai des amis qui adoraient voler sur Los Angeles ou Rio, qui étaient leurs vols favoris. J'adorais ces garçons.*

[1657] Entretien collectif, *opus. cit.*

[1658] Phil Tiemeyer, *opus. cit.* p. 216

J'ai eu d'excellents amis homosexuels qui sont passés CCP aussi, ce n'était pas une entrave à leur carrière »[1659].

Cette tendance à l'embauche d'un personnel masculin renouvelé est marqué par le rajeunissement des stewards (voir graphique n°12) :



Graphique n°12 : l'évolution de l'âge moyen des effectifs PNC sur la période 1965 – 1981. Réalisé avec les annuaires statistiques.

Anne affirme elle aussi qu'Air France privilégie le recrutemenet de jeunes stewards homosexuels:

« C'est simple, toujours dans cette idée du service au client, Air France s'était fait la réflexion que les homosexuels – les garçons, hein, les filles, ça, on n'en a jamais parlé, jamais entendu parlé de l'homosexualité féminine – étaient généralement des garçons qui prenaient soin d'eux, étaient des garçons gentils, qui avaient le sens du service, et qui correspondaient assez

[1659] Entretien avec Syvlie, *opus. cit.*

bien à ce qu'on demandait au PNC de façon générale. Il y a eu un moment une forte embauche de garçons homosexuels »[1660].

Toujours d'après Anne, la compagnie réduit drastiquement le taux d'embauche de stewards vers 1985, lorsque la pandémie de sida inquiète les autorités[1661]. La communauté gay étant largement stigmatisée[1662], Air France mène une politique discriminatoire envers les stewards qu'elle identifie comme homosexuels. En charge des stages de formation des jeunes recrues à ce moment-là, Anne est censée *« signaler »* le steward, si elle « *sentait qu'il y en avait un qui était passé entre les mails du filet* »[1663]. Air France recherche les expressions d'une masculinité marginalisées :

« *Ils devaient faire très attention à leur comportement, et faire attention à ce côté un peu précieux qu'on attribue (...). On nous demandait de faire attention à ça, car en formation on peut encore se séparer des gens. Là où ils se faisaient avoir, c'était justement les exercices de micro : c'était la voix. Il y a une façon de parler, en tout cas à l'époque, qui était tout à fair typique. Vous saviez, au micro, si la personne était homosexuelle* »[1664].

La relation conflictuelle d'Air France avec la communauté homosexuelle se cristallise dans l'affaire Secher. En 1983, le steward Yves Secher sollicite la compagnie pour que son partenaire puisse bénéficier du billet R, soit un privilège accordé aux conjoints en union libre. Cette dernière se définit toutefois selon le statut de concubinage, qui exclue les couples homosexuels. Yves demande une extension des droits dans une lettre du 19 janvier 1983. À la suite du refus d'Air France, par deux fois réitéré, Yves Secher porte son employeur devant la justice prud'homale le 4 juin 1983. Lors du procès, la compagnie décline toute accusation de discrimination, sans pour autant fournir des preuves convaincantes aux yeux du tribunal. Les prud'hommes juge en faveur du demandeur, mais Air France saisit la cour d'appel de Paris. Si cette dernière reconnaît la légalité et le bien-fondé de la demande du navigant, il ne peut cependant pas condamner la compagnie nationale, notamment parce que l'extension du billet

[1660] Entretien avec Anne, *opus. cit.*

[1661] *Le Monde*, 13 septembre 1985.

[1662] Michel Bourrelly, Olivier Maurel, *Une histoire de la lutte contre le sida,* Nouveau monde, 2012, 714 p.

[1663] Entretien avec Anne, *opus. cit.*

[1664] *Ibid.*

R « *ne lèse en rien Yves Secher dans son travail* » [1665]. La cour d'appel infirme donc la décision de la première instance. Yves Secher se pourvoit en cassation contre la cour d'appel. Le 11 juillet 1989, la chambre sociale de la cour de cassation rejette le pourvoi en invoquant l'exclusivité hétérosexuelle du statut de concubinage[1666], qui ne change qu'à la suite de la réforme de 1999 instituant le PACS.

Malgré ces quelques traces historiques, nous ne disposons pas d'un corpus suffisamment étayé pour élaborer une histoire de l'homosexualité chez Air France. Il semblerait toutefois que la recherche d'un caractère féminin dans le service à bord se répercute sur les politiques d'embauche. En engageant davantage de témoignages d'acteurs historiques sur la période, il serait peut-être possible de conjurer le silence des archives.

4.3.2.3. L'esprit d'équipage : la nécessaire socialisation navigante

Lorsque la compagnie communique autour d'incidents, elle valorise souvent l'esprit de corps qui organise la solidarité entre les membres de l'équipage. Après le détournement d'un Airbus le 27 juin 1976 « *par un commando palestinien* »[1667], le président d'Air France Pierre Giraudet « *tiens à dire la forte impression* [qu'il a] *ressenti face au courage et à la dignité de l'équipage, à la solidarité, à la cohésion immédiatement manifestée par l'ensemble du personnel* »[1668]. Salué pour sa spontanéité collective, l'esprit d'équipage ne pourrait en revanche se réduire à une simple variante de l'esprit d'entreprise. Il existe des particularités propres à la vie navigante, mises en évidence par une approche anthropologique[1669]. Après avoir observé des collectifs de PNC, Sophie Poirot-Delpech annonce que « *c'est bien le temps éphémère et singulier du vol qui noue l'équipage* »[1670]. Les navigant·e·s vivent des temporalités spécifiques, venant conditionner une expérience commune[1671]. En 1972, *France*

[1665] Affaire Secher, affaires juridiques et contentieux, 17 octobre 1985. Archives nationales, fonds Air France, cote n°20180302/256.

[1666] Arrêt de la cour de cassation, Chambre sociale, 11 juillet 1989, 85-46.008.

[1667] *Le Monde*, 23 juillet 1976.

[1668] *France Aviation*, n°258, août 1976.

[1669] Gérard Dubey et Renaud Martin « Les coulisses du ciel ». In *Quaderni*, n°44, Printemps 2001, les industries de l'évasion, pp. 89-100

[1670] Sophie Poirot-Delpech, *opus. cit.*

[1671] Anne Gilet et Diane-Gabrielle Tremblay, « Working in the Air : Time Management et Work Intensification, Challenges for Workers in Commercial Aviation », *Open Journal of Social Sciences*, 2021

Aviation livre pour la première fois un témoignage d'un chef PNC sur les conséquences sociales de cette « vie nomade » :

> « *Nous nous trouvons placés entre deux civilisations inconciliables, celle des nomades et celle des sédentaires. Nomades pour les activités de la vie professionnelle, sédentaires par nécessité d'une vie familiale* (…). *L'incompréhension de ceux qui ne vivent pas comme nous est flagrante (…). Alors sommes-nous réellement en contact ?* (…) *Sommes-nous, en dehors de tout esprit déplacé d'équipage, obligés oui ou non de vivre en marge ?* »[1672].

En plus de partager une vie émotionnellement éprouvante, la sociabilité navigante se construit autour de pratiques sociales communes, à l'image du baptême de l'air que nous avons déjà évoqué. Lors des temps de rotations, la vie sociale s'articule à des lieux typiques de la sociabilité navigante. Sophie Poirot-Delpech parle même de « *lieux de pèlerinage* », dont la visite ritualise l'intégration au collectif[1673]. Au sein même des équipages, les « ancien·e·s » jouent un rôle intégrateur fondamental. Iels réactualisent la mémoire collective à travers des récits ou des blagues, en emmenant les plus jeunes dans les lieux légendaires de la vie en escale (*La piola* ou le *Trapiche* à Buenos Aires, l'île de Moucha à Djibouti). Mobilisés par le narratif indigène, ces « *lieux de pèlerinage* » encadrent la vie d'escale de manière presque protocolaire. Gérard Dubey et Renaud Martin se refuse par conséquent à qualifier cette vie de « nomade »[1674].

Le dispositif managérial a pour mission de susciter l'adhésion des nouvelles recrues à « la grande famille navigante ». L'esprit d'équipage qui soude les membres du *cabin crew* est en partie formalisé par l'encadrement. Sophie Poirot-Delpech nomme cette cohésion sincère et immédiate d'un groupe dont les individus ne se connaissaient pas le « *petit miracle navigant* ». C'est en fait un terme indigène. Dans un texte qui cumule des anecdotes autobiographiques Isabelle Tronquet rappelle elle-même la « *fierté de faire partie de ce petit miracle* », soit ce travail d'équipe nécessaire au décollage d'un monstre d'acier[1675]. La

[1672] *France Aviation*, n°215, novembre 1972.

[1673] Sophie Poirot-Delpech, *opus. cit.*

[1674] Gérard Dubey et Renaud Martin, *opus. cit.*

[1675] Isabelle Tronquet, *Attachez vos ceintures ! Les confidences d'une hôtesse de l'air*, Opportun, 2019, p. 27

cohésion d'équipage existe avant tout par nécessité. Une mécanique sociale huilée et fonctionnelle est un impératif de la sécurité à bord. Louis-Marie Barnier propose le terme de « *convivialité nécessaire* », insistant sur l'origine protocolaire de ces rapports sociaux chaleureux et spontanés[1676]. La sécurité prévalant à la formation commerciale, la compagnie doit en profiler les formes hiérarchiques, notamment en instituant des fonctions dont l'objectif est la cohésion professionnelle : Air France crée le poste de CCP en 1985. Comme nous l'évoquions à l'occasion des stages PNC, l'encadrement cherche à valoriser certaines dynamiques de groupe. Le *Memovol* d'octobre 1975 compare par exemple le travail d'équipage à une équipe de rugby, dans laquelle le rôle de meneur est décisif (voir illustration n°45)[1677] :

Illustration n°47 : la métaphore sportive de l'esprit d'équipe, *Memovol*, octobre 1975, archives du musée Air France.

[1676] Louis-Marie Barnier, 2005, *opus. cit.*

[1677] *Memovol*, octobre 1975, archives du musée Air France.

Le succès de cette rhétorique se mesure à son intégration par le personnel. Camille, rentrée à Air France en 1982, reproduit ce narratif de l'encadrement lorsqu'elle devient elle-même cadre :

> « *Quand on dit esprit d'équipage on dit « tu es solidaire des autres, tu ne fais pas chier, tu ne joues pas perso ». Je n'ai jamais fait de sport collectif, mais je pense que c'est le même état d'esprit. Moi quand j'étais CCP, je leur disais : « bon, on est comme une équipe de foot, on a tous le même but. On n'en laisse pas un derrière, on ne joue pas perso. En équipage, on ne joue pas perso » »*[1678].

L'encadrement incite les cadres d'équipage à investir cette posture de responsabilité et la performer au maximum. Dans un document distribué au PNT recensant les concepts nécessaires au bon exercice du métier, Air France défend que la « synergie d'équipage » est efficace à condition que chaque membre respecte et performe sa fonction. Le commandant de bord doit ainsi incarner une personnalité cohérente au *leadership* que lui attribue l'équipage[1679]. D'autres éléments extérieurs au temps de travail effectif viennent optimiser cette « synergie d'équipage », à l'instar des « pots équipage ». Ce sont des moments de sociabilité ritualisés pour préserver l'identité de groupe. Ce que Jacques décrit comme une « *coutume* » navigante est en fait déterminante dans la quête de cohésion :

> « *C'était le moment où tout l'équipage, ceux qui veulent, se réunissait dans une des chambres des uns des autres ou même dans un petit salon mis à disposition par l'hôtel (...). On y buvait ce qu'on voulait. On apportait des boissons, on les commandait, il y avait des casses-croûtes (...). Déjà on était en civil, il n'y avait plus la hiérarchie, encore que le commandant de bord était toujours le haut de la fiche. Là se décidait si on allait manger ensemble ou pas (...). C'était un moment de convivialité où, pour revenir à ce que vous disiez, on se parlait, on prenait des nouvelles, des petites nouvelles, dans une conversation infinie. On se racontait des choses comme on s'en*

[1678] Entretien avec Camille, *opus. cit.*

[1679] Manuel Cockpit Ressources Management à l'usage des PNT de novembre 1993, archives personnelles de Camille.

raconte ailleurs : « j'ai une voiture, j'ai un enfant… » sauf que c'était en équipage »[1680].

Le pot équipage organise la sociabilité navigante hors du cadre protocolaire. Il est intéressant de noter que celui-ci ne semble pas disparaître tout à fait, malgré que les navigant·e·s ne soit pas en uniforme. Le commandant de bord conserve une certaine aura liée à son degré de commandement. C'est une institution censée améliorer la cohésion de l'équipe. Philippe dit à leur sujet : « *même si tu ne bois pas, même si tu bois de l'eau on s'en fout (…) je peux éventuellement connaître ton prénom et savoir comment tu réagis en cas de crash* »[1681]. Air France demande aux hôtels où dorment ses PNC de mettre à disposition de son équipage des salons destinés spécifiquement à ces réunions informelles. Les aéroports fournissent par ailleurs des salles de détente et de rencontres entre PNC. En actant la séparation entre *emotional work* et *emotional labour* – le premier relevant du travail émotionnel effectué dans la vie courante et intime, tandis que le second est placé sous l'égide des rapports de production –, Aurélie Jeantet estime que les deux espaces ne sont pas cloisonnés et que « *le travail émotionnel non attendu par l'employeur* [peut-être] *indispensable à l'effectuation du travail* »[1682].

Le sentiment amical, le sentiment « de faire partie d'une grande famille » n'est pas naturel. Il s'élabore selon un sentiment commun (des gestes, des regards appuyés ou un certain type d'humour), que seuls les membres validés du groupe peuvent reconnaître. L'habitude du voyage conditionne les conversations et les références. Denise l'exprime ainsi :

« *On prenait tellement l'habitude, la planète était notre terrain de jeu. On avait un pied dans tous les hémisphères. Dans tous les continents. Et pour nous c'était normal, c'était comme prendre le bus pour aller à la Bastille quoi. Et c'est vrai qu'entre nous on discute facilement, mais quand il y a des gens extérieurs, cela paraît complètement hallucinant !* »[1683].

[1680] Entretien avec Jacques, *opus. cit.*

[1681] D'après l'entretien mené avec plusieurs PNC chez Camille, le 17 mars 2021. Durée de l'entretien : 2 heures. Cette phrase est celle de Philippe, CCP retraité en 2005.

[1682] Aurélie Jeantet, « Chapitre II : quels statuts des émotions dans le travail », *in* Alexis Cukier, *Travail vivant et théorie critique*, PUF, 2017, pp. 85-128

[1683] Entretien collectif, *opus. cit.*

Cet entre-soi conditionne les « *machines expressives* » du PNC[1684], plus favorables aux affects positifs et stimulants, traduisant un travail émotionnel intériorisé. Les navigant·e·s évoquent souvent l'humour et le rire comme une dynamique fondamentale de leur sociabilité. C'est également une condition de leur repos ; pour filer la métaphore de la machine expressive, les temps collectifs sans clientèle sont des moments de refroidissement. Charline le dit très clairement :

> « *Je n'ai jamais autant ri dans les avions (...). On parlait beaucoup. Les hommes nous ont bien fait rigoler. Pour manger, en arrivant à une escale, il y en a toujours un qui racontait un truc. Entre deux bouchées, une histoire drôle ! Qui raconte des expériences, voilà, qui racontaient des trucs (...). Je dois dire que ça tournait très souvent autour du cul quand même, il le faut le reconnaître. Des histoires drôles ! Je ne sais pas, moi, des trucs qu'on raconte partout… ce que Bigard peut raconter dans ses sketchs quoi ! Je suis incapable de retrouver, mais il y avait beaucoup de ça. Une fois qu'on montait dans la navette après [après la pause déjeuner, ou après les temps de réunion en escale] je me demandais : qu'est-ce que doivent penser les chauffeurs de navettes de nous entendre parler comme ça ! Il y avait une espèce de relâchement. Autant on faisait attention quand on parlait avec les passagers, on parlait bien etc., autant une fois qu'on était entre nous on se lâchait ! Je me disais « mais qu'est-ce qu'ils doivent penser » ! »*[1685].

Ce témoignage fait écho à l'entretien collectif réalisé, dans lequel le vocabulaire et l'humour potache s'opposent frontalement à ce qu'Air France attend de son personnel de cabine. L'équipage existe à travers cette construction affective collective, à laquelle il est recommandé de participer, en produisant des émotions qui s'insèrent correctement dans le script émotionnel du groupe. Ce dernier est largement rédigé selon l'esprit vacancier, dont les éléments sont identifiés, incontournables et consensuels ; « *l'optimisme et la bonne énergie* » qu'on retrouve dans le récit autobiographique de Valérie Nadame semblent être des ressorts émotionnels sans cesse en tension[1686]. La joie, l'exubérance, l'alcool, les rires, le soleil, la plage et le sexe sont des expressions d'un travail émotionnel officieux, non supervisé, mais

[1684] Arlie Russell Hochschild, *opus. cit.*

[1685] Entretien avec Charline, *opus. cit.*

[1686] Valérie Nadame, *Le journal de bord d'une hôtesse de l'air,* Mon Petit Editeur, 2016, 52 p.

nécessaire à la pratique professionnelle du métier PNC. Embauchée en 1977, Marianne admet que l'essence de son métier repose sur cette atmosphère joyeuse. Le collectif navigant semble produire des affects puissants, souvent positifs, capables d'endiguer les souffrances d'une vie professionnelle déracinée. Concernant ces souffrances, comme le répète les deux amies à l'occasion d'un entretien collectif, « *on n'en parle pas* » :

> « Marianne : « *Le voyage ! Les rencontres ! Et la cohésion, l'amitié qui vient toute suite dans un galley, l'esprit d'équipage, on se raconte nos vies, on se tutoie…* ».
> Denise : *Tu vois quand on se retrouve entre nous, on ne se parle que des bons souvenirs, tout le monde sait que c'était un métier extrêmement fatigant. Il y a eu des moments de découragement, où on a eu envie de démissionner, où on en pleurait de fatigue et d'énervement…*
> Marianne *: … de solitude aussi, où on pleurait dans des chambres d'hôtels. Mais on n'en parle pas.*
> Denise : *Ce ne sont que les bons souvenirs qui émergent le plus, tout ça on n'en parle pas* »[1687].

Les membres d'équipage qui n'ont pas recours à ces ressorts émotionnels positifs sont mal perçu·e·s. Un PNC exclu de cette sociabilité ira jusqu'à remettre en cause ses qualités professionnelles, preuve de l'importance capitale que joue la performance de cette attitude joviale et libérée. Quand Philippe, récemment promu CCP, n'est pas convié à des sorties touristiques à cause d'un malentendu autour des compositions d'équipage, il est fortement impacté :

> « *Ça fait 4 mois que j'ai arrêté de fumer et je suis déclenché de réserve sur Madagascar.* (…). *J'arrive à l'hôtel, et là, capitaine, copi, les 2 CC, tout ça, quand je descends au petit-dej le matin, plus personne ! Je me demande si je suis le seul dans l'hôtel. Ils s'étaient tous barrés voir les lémuriens en excursion. Ils ne m'avaient pas contacté ! Je me suis demandé si j'avais fait le con sur le vol, en tant que CCP nouveau (…).*

[1687] Entretien collectif mené avec Denise, Marianne, Philippe et Camille. Chez Camille, 17 mars 2021, durée, 2 heures.

J'ai passé 6 jours tout seul dans la chambre 747 [rires]. *Mais là tu te dis : j'achète un paquet de cigarettes ou quoi ? Tu es démoralisé !* »[1688].

L'investissement émotionnel dans la vie navigante est d'autant plus puissant que les relations s'y construisent avec intensité. « *Souvent les anciens préviennent les débutants du danger de confondre la vie de navigant avec la vie tout court* »[1689]. L'attraction pour le surgissement – soit la disposition affective tournée vers l'inattendu et la rencontre – crée les conditions pour une sociabilité évanescente, forte et éphémère. Les strapontins du galley sont souvent comparés à un confessionnal ou à une banquette de psy, comme le rappelle Charline :

« *Les gens se lâchaient beaucoup plus facilement. J'ai entendu des histoires, on m'a raconté des trucs, que jamais on n'aurait raconté à quelqu'un qu'on connaît. Jamais ! C'était un sentiment de dire « de tout façon ça ne porte pas à conséquence* »[1690].

C'est parce que les navigant·e·s sont soumis·e·s aux hasards de la programmation qu'iels peuvent se permettre un tel investissement relationnel. Il est rare de voler deux fois avec un·e collègue, à part si on en fait la demande, notamment en accédant à des positions syndicales avantageuses qui pouvaient procurer certains privilèges[1691]. Les conditions sont ainsi réunies pour vivre pleinement des rencontres, amicales, amoureuses ou sexuelles. La « double vie », si fréquemment décrite, ne relève pas de l'adultère classique ; la scission émotionnelle entre « vie navigante » et « vie normale » est telle que certains ont du mal à réintégrer « une vie au sol », comme en témoigne Agnès, tellement émue qu'elle en pleure :

« *Air France c'était ma famille. Au sens très large du terme. C'était extrêmement fort. Deux ans ou trois ans après* [mon départ en 1997], *je passe dans les locaux d'Air France, parce que je voulais aller voir des gens que je connaissais. Je croise deux anciens collègues chefs PNC. Ils étaient en train de discuter. Ils me disent, et ça m'a beaucoup blessée, ils me disent : « Oh, mais qu'est ce que tu fais là » ? Je leur ai répondu « mais je*

[1688] Entretien collectif, *opus. cit.*

[1689] Sophie Poirot-Delpech, *opus cit.*

[1690] Entretien avec Charline, *opus. cit*.

[1691] Entretien avec Sylvie, *opus. cit.*

suis chez moi ici ». Ça m'a profondément blessée qu'il y ait eu cette interrogation de « qu'est-ce que tu fais là, tu ne devrais plus y être ». Parce que c'est vrai [elle martèle les derniers mots] à Air France j'étais chez moi ! »[1692].

Ce témoignage est fondamental car il sous-entend l'existence d'un lien entre le bonheur codifié par la vie d'équipage et l'appartenance à Air France. La vie de rêve, au cœur d'un nouvel imaginaire de la modernité, est en réalité une succession de contrôles et de protocoles. Gérard Dubey et Renaud Martin parle « *d'une évasion sous contrôle* ». Au regard de ce décalage entre les désirs navigants et la réalité de leur quotidien, les auteurs font l'hypothèse que la « *vraie aventure* » vécue par les PNC long-courrier est structurée par la vie d'équipage. C'est en réalité la densité de cette vie affective, aux nombreuses ramifications sexuelles, qui organise et consolide l'identité des PNC.

[1692] Entretien avec Agnès, *opus. cit.*

4.4. L'effort de la joie ou la promesse d'une vie de rêve

Au regard de la profusion des études sur les émotions au travail au tournant des années 2010, Aurélie Jeantet annonce que la sociologie se doit de saisir la totalité des émotions qui traversent le champ salarial. L'aménagement progressif des rapports capital – salariat complexifie la toile émotionnelle dans laquelle est prise le corps salarié. La classe ouvrière historique fait de la souffrance au travail un affect moteur de sa politisation. Sans pour autant disparaître, cette souffrance se dilue dans une série d'affects davantage positifs, captés par le jeune dispositif néolibéral au tournant des années 1970, qui insiste particulièrement sur la réalisation de soi par le travail. Aurélie Jeantet écrit avec pertinence : « *pour être juste, il faudrait aussi évoquer les émotions positives comme l'enthousiasme, le plaisir, la fierté, le rire, etc., qui, au-delà des discours convenus, portent parfois les travailleurs, de façon centrale ou mineure, dans un rapport dynamique et ambivalent* »[1693]. Cette observation s'applique tout particulièrement à la vie d'équipage Air France. Les PNC se regroupent autour des repères émotionnels qu'offre la vie d'escale, articulée au champ lexical des vacances. Ces moments privilégiés de socialisation prennent le rôle d'une soupape de décompression. Air France encourage ces pratiques, créatrices d'affects joyeux et fédérateurs, en créant les conditions de cette sociabilité vacancière. Toutefois, cette vie de rêve sur long-courrier ne s'élabore que sur un temps éphémère et convient aux carrières courtes. L'épuisement physique et nerveux, la difficulté à maintenir une vie familiale et la sollicitation constante de ses émotions dans le cadre serviciel sont les facettes sombres d'un métier, où l'on performe pourtant l'ensoleillement.

4.4.1 Sea, sex and sun : les ressorts officieux de la sociabilité navigante

4.4.1.1. Les conditions de la vie de rêve, l'avantage Air France

La joie, l'exubérance et les rires sont des expressions d'un travail émotionnel officieux, non supervisé, mais nécessaire à la pratique professionnelle du métier PNC. Les récits collectifs gravitent autour d'anecdotes mélangeant le cosmopolitisme navigant, la cuisine, l'alcool et le sexe. L'anecdote de *Chichoua* en témoigne bien :

[1693] Aurélie Jeantet, *opus. cit.* p. 96

P : Anecdote. Un mécanicien navigant qui s'appelait « Chichoua »…

M: Olalala ! Chichoua [rires] ! Le meilleur copain de mon père.

D : Et ça baisait à toute berzingue !

P : Chichoua disait avec l'accent de Marseilles [il prend l'accent] : « je vous fais à bouffer ce soir, le poisson, le machin… ». On faisait les courses pour Chichoua, il faisait tout ! Et je me souviens d'une hôtesse japonaise, toute petite, toute menue. Qui lui disait [en caricaturant l'accent japonais] « François, on t'appelle Chichoua ? Oui, qu'est-ce que t'as, la petite là ? J'aimerais voir la cuisine française ? Pas de problème viens à côté de moi je te fais voir ». Alors, hop, il prépare les trucs et cuisine. Et il prend une bouteille de vin blanc et met deux verres : « tu vois ce qui est important dans la cuisine, jamais la gorge sèche » ! [rires]. Au bout de dix minutes la japonaise elle était [en accentuant le mot] rincée ! Mais rin-cée ! Qu'est-ce qu'on a ri !

C : Et puis quelqu'un a mis sa bite ? »[1694].

Les données d'entretiens dont on dispose font penser à plusieurs égards au texte de Pierre Talec autour du Club Med de 1985[1695]. Sur le mode de l'observation participante, l'auteur explore comment cette organisation réussit à créer un sentiment de joie véritable, sur la base d'artifices simulant l'euphorie, systématisant l'érotisation des corps et ritualisant les pratiques de consommation du pack « *sea sex and sun* ». Ce sont trois éléments qu'on rencontre dans les récits faits de la vie en escale. Marianne travaillait d'ailleurs comme Gentil Organisatrice (GO) au Club Med avant d'entrer à Air France en tant qu'hôtesse en 1977[1696]. Elle raconte avoir su profiter au maximum de la vie navigante, très proche des milieux de la nuit de la fête. Elle y rencontra son actuel mari. Un autre exemple de cette porosité entre le monde navigant et celui de la fête concerne Isolde Chrétien. Cette hôtesse iconique d'Air France se reconvertit dans le milieu gay des soirées parisiennes, en rachetant le Piano Bar rue Saint Anne dans les années 1970[1697]. Isabelle Tronquet compare, elle aussi, son métier à celui d'une GO : « *ce que j'aime le plus dans mon métier c'est plaisanter avec mes passagers. Je dois avoir raté ma*

[1694] Entretien collectif, *opus. cit.*

[1695] Pierre Talec « Une semaine au Club Méditerranée, journal d'un « Gentil Membre » », *Etudes,* mai 1985, n°362, pp. 629-641

[1696] Entretien collectif, *opus. cit.*

[1697] Frederic Martel, *Le rose et le noir : histoire des homosexuels en France depuis 1968,* Seuil, 1996.

vocation d'animateur de club de vacances »[1698]. Ainsi, une partie de la vie navigante se caractérise par une attitude où « *chacun est visiblement préoccupé de jouer son rôle de vacancier qui « s'éclate »* »[1699]. L'encadrement fait la promotion de cet éthos vacancier, notamment sur les vols où le travail est le plus difficile, comme sur les vols Vacances. Le PNC étant responsable de l'ambiance à bord, il est attendu qu'il se fonde dans l'ambiance. L'encadrement tend même jusqu'à représenter l'hôtesse sans uniforme et en maillot de bain (voir illustration n°46)[1700] :

Illustration n°48 : l'hôtesse vacancière sur les vols Vacances, photo publiée dans *Memovol*, avril 1979.

La compagnie nationale offre les conditions matérielles nécessaire à cette sociabilité. D'abord, les salaires chez Air France sont conséquents. En 1979, au premier échelon hiérarchique (3ème classe), les hôtesses et les stewards gagnent 4744 francs mensuellement, soit 2686 euros de 2024[1701]. Leur salaire s'élève à 8495 francs au niveau de promotion maximum (hors classe échelon 10), équivalent à 4810 euros. Un·e CC gagne respectivement

[1698] Isabell Tronquet, *opus. cit.* p. 41

[1699] Pierre Talec, *opus. cit.* p. 636

[1700] Memovol, avril 1979, *opus. cit.*

[1701] La somme comprend le montant minimal garanti des primes de vol, des primes de productivité, des primes complémentaires et de fin d'année. D'après le bulletin social de 1979, direction du personnel, archives d'Air France.

7299 francs (4132 euros) et 10105 francs (5721 euros) en fonction du grade. Denise reconnaît qu'elle « *était très bien payée* », caractéristique d'une belle époque où « *tout le monde était vraiment insouciant* » et où « *l'avion était glamour* »[1702]. Sylvie explique même que la détérioration de l'esprit d'équipage dans les années 1990 est due à une certaine précarisation. C'est parce que les jeunes embauché·e·s veulent économiser leur paye qu'iels ne la dépensent pas dans les perspectives qu'offre la vie d'escale :

> « *C'était en fait la génération d'hôtesses et de stews qui ne venaient pas pour s'éclater comme on le faisait à ma génération. C'était des jeunes qui venaient pour thésauriser. Des demandeurs d'emploi. Je suis parti en 2002 et, 10 ans avant de partir, j'ai senti que beaucoup de gens ne venaient pas pour être hôtesse ou steward mais parce que la carotte Air France était intéressante. On était très bien payé. Ils thésaurisaient pour pouvoir après payer leur voiture, leur maison, etc… Ces gens arrivaient en escale et tu ne les voyaient plus. Moi, en tant que CCP, c'était moi qui sortais avec les techniques pour aller au restaurant, aller boire un pot au bar de l'hôtel. Mais les stews et les hôtesses allaient au McDo le plus proche de l'hôtel parce qu'ils ne voulaient pas dépenser de l'argent dans des bons restaurants, ou bien boire un pot dans le bar du Méridien face au coucher de soleil* »[1703].

En étudiant plus précisément les évolutions salariales d'une carrière PNC, on confirme que le métier est financièrement très attractif dans les années 1970 (voir graphique n°13). Embauché en 1958, Jacques prend sa retraite en 1993. Il travaille exclusivement sur long-courrier. Ses fiches de salaires mensuelles témoignent de l'importance du système de prime chez Air France. Ses revenus oscillent fortement et peuvent atteindre jusqu'à 10 079 euros (valeur 2024) en décembre 1978 (voir graphique n°14). Certains bas salaires correspondent à des congés maladies (celui de mai 1963 où Jacques n'est payé que 1008 euros), ou des stages (stage de perfectionnement à l'anglais entre février et avril 1970). L'accès au grade 1ère classe en 1972 coïncide avec une amélioration nette de son salaire. Il devient CC en 1978 après avoir été retardé dans sa promotion à plusieurs reprises. En comparant son salaire annuel net à celui d'autres professions, Jacques possède un niveau de vie s'apparentant à celui des classes socio-

[1702] Entretien collectif, *opus. cit.*

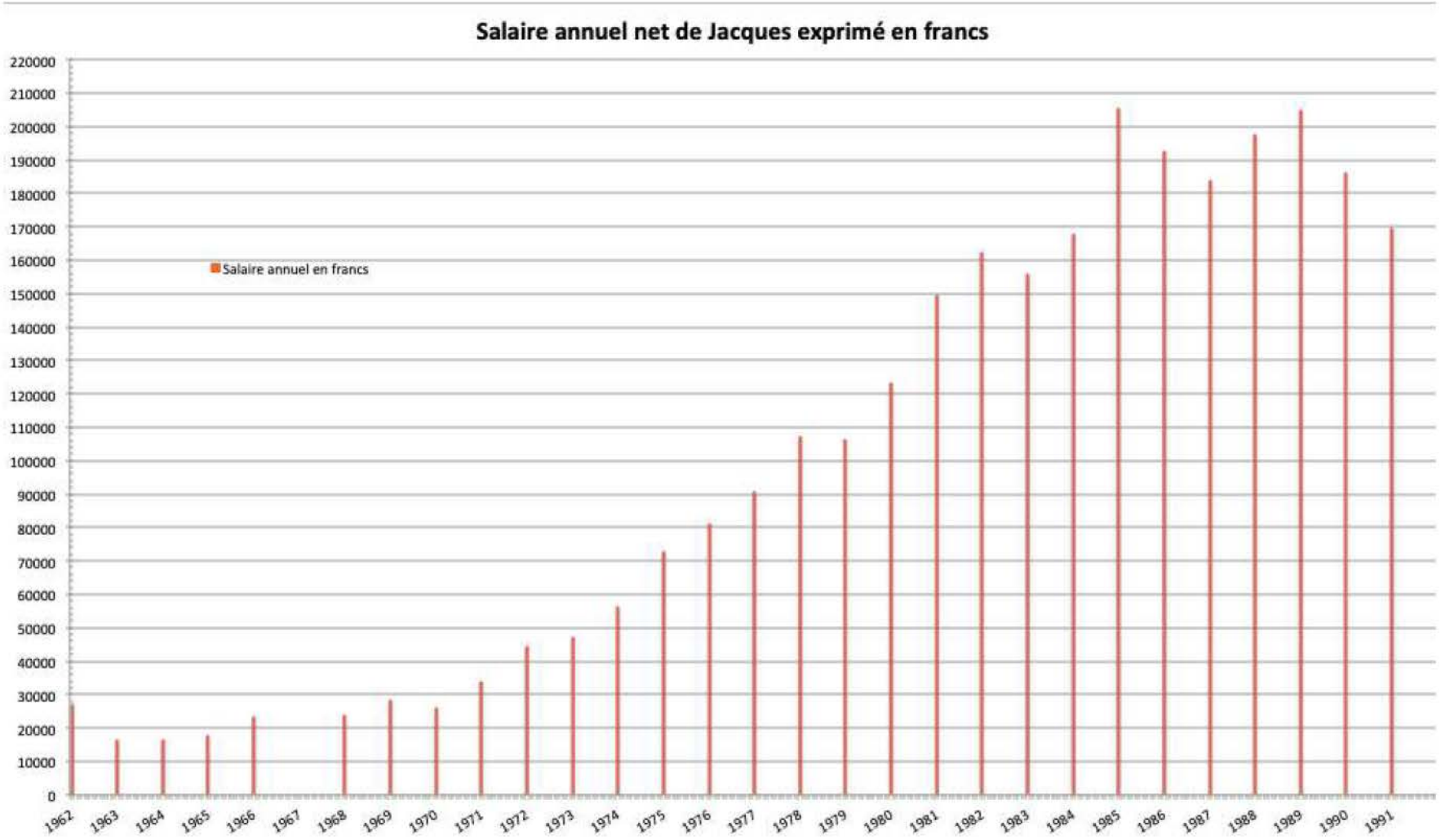
[1703] Entretien avec Sylvie, *opus cit.*

professionnelles supérieures ; en 1975, Jacques perçoit 72 616 francs, alors que le salaire moyen d'un cadre supérieur masculin en France s'élève pour la même année à 92 322 francs[1704]. Les graphiques qui suivent rendent compte de l'inflation galopante des années 1970 : en 1973 et 1984 le taux d'inflation s'élève en moyenne à 10% (13,5% en 1977 et 13,6% en 1980)[1705]. Pour estimer l'évolution du niveau de vie de Jacques sur la période, nous avons élaboré un graphique à euro constant (voir graphique n°14). Le calcul détaillé du pouvoir d'achat d'un steward relève d'études que nous ne saurons établir ici. Pour un tableau plus fidèle de l'évolution du salaire moyen en France depuis les années 1950, nous renvoyons à l'étude complète de Pierre Concialdi pour l'Institut de recherche économiques et sociales (IRES)[1706]. Il est important de noter que le pouvoir d'achat se dégrade fortement avec la mauvaise conjoncture économique au tournant des années 1980.

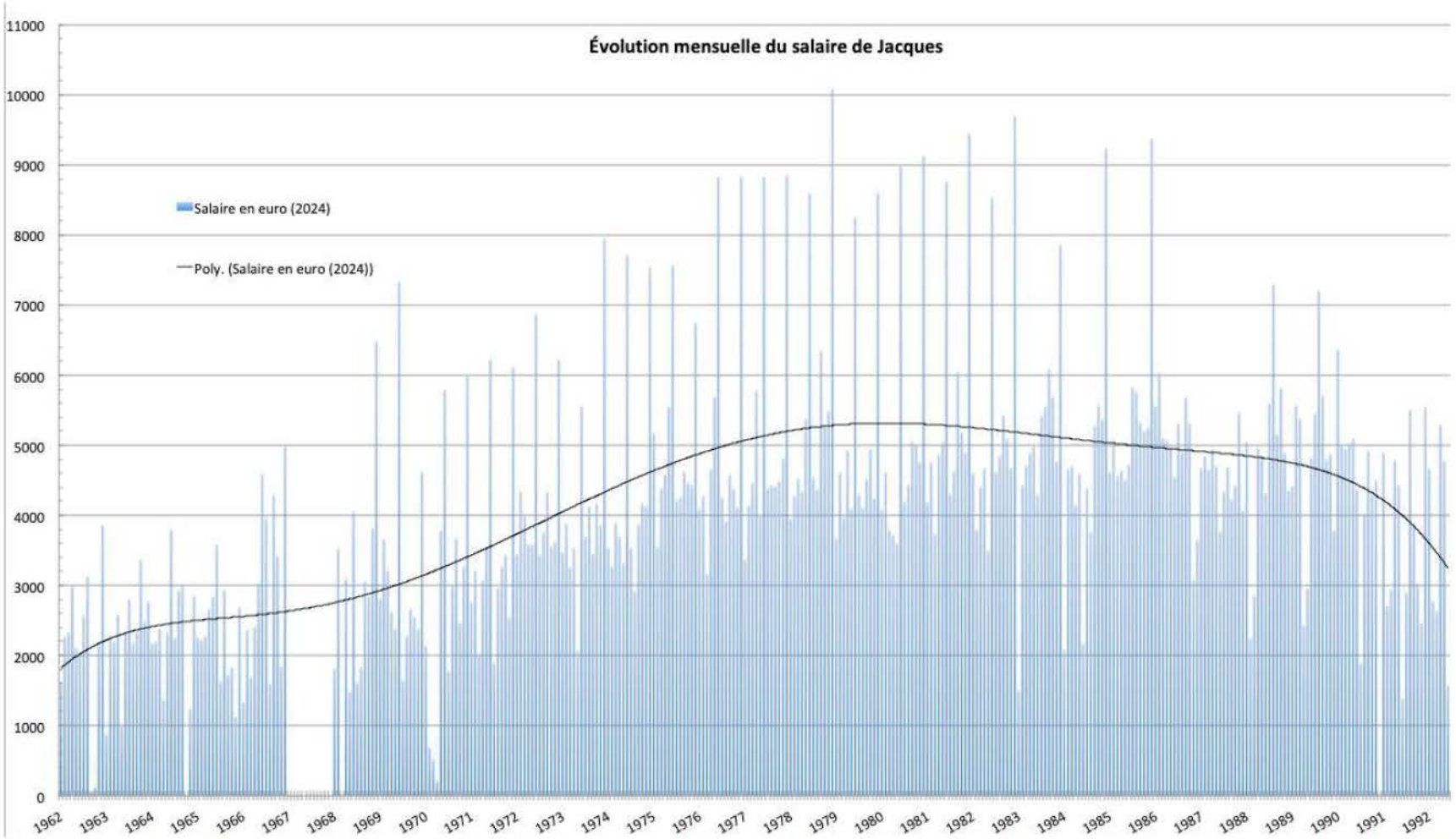
[1704] Charles Baudelot et Anne Lebeaupin, (1979), « Les salaires de 1950 à 1975 », Economie et statistique, n°113, 1979.

[1705] D'après les études statistiques de l'INSEE.

[1706] Pierre Concialdi, « L'évolution des salaires depuis 1950 : la rupture de 2017 », Documents de travail de l'IRES, n°2, 2023.



Graphique n°13 : salaire annuel de Jacques exprimé en francs d'époque. Réalisé avec les fiches de paye mensuelles.



Graphique n°14 : évolution du salaire mensuel net de Jean entre 1962 et 1992 à euro constant, réalisé sur la base des fiches de salaires de Jean. Conversion de la devise réalisée grâce au convertisseur INSEE[1707].

[1707] Certaines fiches de paye n'ont pas été retrouvées et correspondent à des « trous » dans le graphique, notamment pour l'année 1967, faussant légèrement la courbe de tendance polynomiale. Jacques est promu steward 3ème classe en septembre 1965, steward 2ème classe en janvier 1966, steward 1ère classe en janvier 1972

En plus d'une très bonne condition salariale, la compagnie loge ses équipages dans des hôtels de haut standing. Lorsque que Charline effectue sa première saison en 1972 sur un vol pour New York, elle se satisfait d'un hôtel assez loin de Times Square, mais que le reste de l'équipage PNC « *trouvait pourri* » parce qu'habitué à un certain luxe[1708]. D'après Anne, c'est parce que les équipages représentent la France à l'étranger qu'on attend d'eux un certain niveau de vie, « *d'où le standing des hôtels dans lesquels on descendait, toujours les meilleurs, toujours des quatre étoiles* »[1709]. Le premier établissement Méridien à Paris est inauguré par les équipages Air France[1710]. Cette dernière offre des réductions de 50% à tous les employé·e·s d'Air France et à leur famille, sur les hôtels de Tunis, Dakar et Tours en 1973[1711]. À partir de 1980, la compagnie accorde à ses agent·e·s et à leurs proches des réductions pour louer des chambres de sa filiale hôtelière (Hotel France International), comprises entre 25 et 50% selon la saison[1712]. En 1981, Air France étend ces privilèges au personnel retraité[1713]. Par ailleurs, la politique sociale de l'entreprise tente d'inclure au maximum les familles de ses employé·e·s, ce qui se traduit par un comité d'entreprise plutôt dynamique (camps de vacances au ski, à la neige, etc.). Si le PNC peut se permettre de partir en Safari en Tanzanie entre deux vols, c'est parce que la société payait l'hébergement et indemnisait les repas. C'est pour cette raison que Camille dit adorer Djibouti : « *on sortait dans les îles Moucha et Maskali (…) et on était payé pour ça !* »[1714]. Elle a d'ailleurs rencontré son premier mari, commandant de bord, dans le cadre d'une de ces sorties idylliques. Jacques dépeint un niveau de vie très élevé grâce à la réservation d'hôtel, entièrement géré par l'entreprise : « *aux Antilles, les hôtels étaient en bordure de plage, la plupart des collègues étaient à la plage, à faire du ski nautique ou du parasol !* »[1715].

La socialisation de l'équipage s'organise dans des champs sociaux caractéristiques de la bourgeoisie, tels que la pratique de certains sports. *France Aviation* consacre souvent

[1708] Entretien avec Charline, *opus. cit.*

[1709] Entretien avec Agnès, *opus. cit*

[1710] *France Aviation,* n°211, juin 1972.

[1711] *France Aviation*, n°221, mai 1973.

[1712] *France Aviation,* n°212, janvier 1972.

[1713] *France Aviation,* n°309, avril 1981.

[1714] Entretien avec Camille, *opus. cit.*

[1715] Entretien avec Jacques, *opus. cit.*

quelques lignes à des évènements sportifs sponsorisés par la Compagnie, comme la compétition de planche à voile « *Première voile Air France* » organisée le 19 août 1979 dans le bassin d'Arcachon[1716]. Sylvie adore faire du tennis avec d'autres navigant·e·s à l'hôtel Méridien de Pointe-à-Pitre, lors des rotations sur les Antilles. Elle y a d'ailleurs « posé » sa planche à voile achetée à Miami, l'hôtel organisant le transport et le gardiennage[1717]. Cette imbrication entre métier et le loisir est mise en scène par l'habillement : la Sabena propose de nouveaux uniformes dès 1970 en suivant une mode « *sportive et gaie* »[1718]. La presse d'entreprise communique également autour des expériences extraordinaires qu'entreprennent certaines hôtesses. Pour inciter à la consommation touristique du Népal en 1970, *France Aviation* publie le reportage photo d'une hôtesse qui a fait un « trekking » dans l'Himalaya[1719]. Un numéro de 1975 s'attarde sur l'histoire de deux hôtesses entreprenant le tour du monde en voilier[1720]. L'encadrement contribue à la construction d'une identité professionnelle à la fois sportive, festive, ensoleillée et libérée. Le savon Zest utilise cette proposition dans une publicité télévisée de 1981, en insistant sur le « *tonus* » et le « *pétillement* » que procure son produit : une hôtesse de l'air, tout étourdie de sommeil, est réveillée par une collègue en uniforme, qui l'informe qu'elles vont rater leur vol pour Rio. Afin de retrouver son énergie et sa fraîcheur, elle se frictionne sous la douche. Elle sort en uniforme, dansant et criant « *Carnaval, nous voilà* »[1721]. Cette publicité reprend les codes de la féminité accentuée, en lui associant en plus l'énergie solaire et la joie qu'on prête aux hôtesses de l'air.

Ce train de vie luxueux constitue une réelle motivation professionnelle. Dans des moments de doute et d'incertitude, Anne évoque comment cet ensemble de privilèges l'a confirmée à poursuivre sa carrière :

> « *Je me souviens d'une fois où mon mari (qui n'était pas mon mari à l'époque) m'avait accompagnée en vol. C'était un moment où je n'arrêtais pas de dire « j'en ai marre, je vais arrêter, j'en ai marre ». Comme je lui disais ça, il est monté dans un avion pour savoir si c'était aussi l'état*

[1716] *France Aviation,* n°293, novembre 1979.

[1717] Entretien avec Sylvie, *opus. cit.*

[1718] *France Aviation*, n°186, mai 1970.

[1719] *France Aviation*, n°185, avril 1970.

[1720] *France Aviation*, n°249, novembre 1975.

[1721] Publicité pour Zest, 1981, durée 33 minutes. Archives de l'INA. Lien URL : https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/publicite/pub3249834020/zest-hotesse-de-l-air

d'esprit des autres personnes. Pendant la nuit, il est allé discuter avec le steward en Première classe, et il lui demande s'il aimait bien son métier, s'il en avait marre. Et à ce moment-là, le steward a pris la bouteille de champagne – c'est mon mari qui m'a raconté – qui était dans le chariot, il s'en est versé sur les mains en disant « tu connais beaucoup de métier où on peut se laver les mains au champagne » ? »[1722].

L'usage privilégié du monde se concrétise autour de pratiques de consommation uniques et restreintes, conférant le sentiment d'appartenir au cercle des *happy few* :

« D : (…) Alors New York c'était la grande époque du club 54 [exclamations et rires] Fifty-Four !
M : Les caleçons argent ! La fumée qui sortait de partout ! [Elle tape dans ses mains d'excitation]
D : Il fallait s'habiller super ! On dansait jusqu'au bout de la nuit ! [Exclamations] (…).
D : Les comédies musicales aussi ! Et puis les courses ! A l'époque, le dollar était à quatre francs. Quand on sait qu'un euro c'est 6 francs 50, le dollar était à 4 francs. Et les prix étaient super bas. On dépensait des trucs…
…. M : Des Raybans.
D : On avait des magasins spécialement pour nous ! Pour les équipages de bateaux et d'avions. On avait des draps Saint-Laurent, des serviettes Saint-Laurent, des Raybans, des lunettes Porches. Plein de trucs qui ne coûtaient presque rien, mais presque rien. On était bien payé à l'époque ! »[1723].

Cet accès temporaire aux espaces où s'élabore l'hégémonie culturelle, traduit une certaine jouissance du monde, presque littérale, se prolongeant dans une grande sexualisation des rapports sociaux entre navigant·e·s. Le luxe rajoute à la romance. La distance avec le foyer et l'ambiance vacancière fluidifie les relations. Comme le synthétise si bien Denise : « *un petit*

[1722] Entretien avec Anne, *opus. cit.*

[1723] Entretien collectif, *opus. cit.*

plan cul sympa dans un hôtel de luxe sous les cocotiers, c'est bien ! Dans un hôtel du Méridien avec vue sur une mer turquoise, c'est sympathique »[1724].

4.4.1.2. Le grand « menu » navigant et la question de la sexualité

Dans une synthèse historique sur les représentations culturelles de la sexualité, Michel Bozon analyse un déplacement des seuils de visibilité au tournant des années 1970. L'activité sexuelle, non simulée, est mise à l'image de manière explicite, encourageant une certaine libération des mœurs sexuelles et bénéficiant d'un allégement de la censure[1725]. Philippe Chassaigne caractérise quant à lui les années 1970 comme une « *déferlante de la pornographie* » [1726]. En 1972 aux États-Unis, le film *Deep Throat* est vu par 22 millions de personnes et devient un phénomène de société, jusqu'à créer une pratique sexuelle. En France, le cinéma érotico-pornographique « *connaît une véritable explosion* » entre 1973 et 1976 et devient un genre lucratif et massif : en 1975, 128 productions labellisées comme « érotiques » drainent 16% de la fréquentation totale en salles. Inspirée du roman *Emmanuelle* (1959) de l'écrivaine thaïlandaise Marayat Bibidh (connue sous son nom de plume Emmanuelle Arsan), la production cinématographique française éponyme connaît un succès sans précédent. Elle totalise 70 millions de vue dans le monde et initie une longue série de téléfilms et séries encore produites aujourd'hui[1727]. La sortie d'*Emmanuelle II* en janvier 1976 fait polémique, après que le gouvernement ait classé le film dans la catégorie « pornographique », contrairement à l'avis de la commission du contrôle cinématographique. La polémique est relayée par voie de presse, inquiète de ne pas voir Sylvia Kristel à l'écran dans un second opus[1728]. Le premier épisode propose des scènes érotiques dans des lieux typiques de la modernité occidentale : coït dans les toilettes d'un avion de ligne, scènes d'amour lesbien dans une salle de squash, ou encore le salon de massage thaïlandais, à caractère sexuel, mettant à disposition du riche expatrié français des travailleuses thaïlandaises. Ces espaces renvoient à tout ce que le dispositif du tourisme a pu construire, notamment dans cette mise en scène des corps occidentaux, libérés des entraves conservatrices, s'émancipant par la sexualité dans des endroits somptueux et ensoleillés. À l'inverse, une scène de viol d'un thaïlandais sur

[1724] *ibid.*

[1725] Michel Bozon, *Sociologie de la sexualité*, Armand Colin, 2018, 4ème édition, pp. 130-137

[1726] Philippe Chassaigne, *Les années 1970, une décennie révolutionnaire*, Armand Colin, 2018, 434 p.

[1727] Audrey Diwan (Réalisatrice). 2024. *Emmanuelle*. Chantelouve. 107 minutes.

[1728] *Le Monde*, 7 janvier 1976.

une thaïlandaise (deux employé·e·s de la grande maison loué par un expatrié français), propose une vision violente et soumise de la sexualité indigène[1729].

En étudiant la mythologie du *surf way of life*, Adolphe Maillot montre la prédominance de la sexualité dans le champ sportif. Le surfeur se comprend comme un « *être de jouissance* » dont le socle viril repose sur sa capacité sexuelle – exclusivement hétérosexuelle[1730]. Forgée dans la vague d'expérimentations en Californie dans les années 1960 – 1970, la remise en cause du couple monogame se fabrique dans des contre-cultures *a priori* subversives[1731]. En revendiquant une filiation avec ces mouvements *hippies,* le narratif de la culture surf donne une place prépondérante à la consommation de drogues, de soleil et de sexe. L'ethnographie d'Adolphe Maillot fait écho au vase-clos navigant. Malgré des discours moins libérés et une recherche spirituelle moins marquée, le sexe est en revanche omniprésent dans les rapports professionnels. Les autobiographies, publiées à destination d'un large public, reviennent systématiquement sur le contexte euphorisant de l'aviation. Alors qu'elle raconte à son CCP « *qu'elle a en stocke des tonnes d'anecdotes à caractère sexuel* », Isabelle Tronquet et son supérieur surprennent des ébats sexuels en cabine[1732]. Jacky Nacal insiste de son côté sur la fascination qu'exercent les commandants de bord sur elle :

> « *Lorsqu'on est de service en Première classe ou au bar de Première, dans la bosse du 747, il est possible de décoller dans un des sièges passagers derrière le commandant de bord. J'adore. Quatre gallons dorés sur chacune des épaules que l'on veut larges. Si le commandant est un bel homme, c'est encore plus spectaculaire (...). On les imagine musclés, ses bras (...). On les imagine de lynx, ses yeux (...). On l'imagine micromoléculaire, son flair (...) Sa voix sensuelle, mais autoritaire (...). Une fois, mon amie Martine, qui est vraiment très drôle, entra dans le cockpit et me vit en train d'admirer le commandant par derrière. Elle me dit doucement « tu bandes » ? Cochonne celle-là ! (...)* [À l'atterrissage], *le commandant tient*

[1729] Just Jaeckin (réalisateur), 1974. *Emmanuelle*, Tinacra Films. 105 minutes.

[1730] Adolphe Maillot, « « *Sea, sex and sun* », la sexualité dans la mythologie du *surf way of life*, Genre, sexualité et société, n°3, 2010.

[1731] Michel Bozon, *opus. cit.*

[1732] Isabelle Tronquet, *opus. cit.*

son manche fermement des deux bras, comme dans un acte d'amour, il tient son vrai manche »[1733].

Il est intéressant que Jacky Nacal raconte le « dos » des pilotes. Elle convoque les attributs de la masculinité hégémonique de manière fantasmée, le corps réel du pilote n'étant qu'un réceptacle. Les représentations d'une masculinité triomphante et héroïque suffisent à elles-mêmes. De fait, le manche à balais censé symboliser la puissance virile est raccourcie à la taille d'une poignée dans le cockpit du Boeing 747, dont la mise en mouvement ne requiert pas de force particulière. Ce passage cherche à valider les représentations existantes dans l'imaginaire de la personne lectrice. Ces mythologies, héritées des années d'après-guerre, se popularisent à l'aide de l'industrie culturelle, sous des formes parfois surprenantes. La célèbre chanson de Jacques Dutronc admet que l'hôtesse de l'air est une personne décomplexée, vivant « *les fesses en l'air* ». La liberté dont jouissent les navigantes se comprend par cette capacité à vivre pleinement leur hétérosexualité : « *Détachez vos ceintures / Libérez vos complexes (...) / Tout le monde se dénude / Fini la servitude (...) / Fini le pilotage / Mais vive le pelotage* »[1734].

L'entretien collectif mené suggère que les anecdotes à connotation pornographique sont constitutives de la dynamique sociale des PNC. À l'inverse, des entretiens menés en huis-clos fourniront des récits davantage pudiques, plus réflexifs et sans doute plus réels. La sexualité libérée est vécue comme une plus-value du métier navigant, où la multiplication des aventures sexuelles se superpose au dispositif du voyage, du soleil et du luxe. Michel Bozon considère « *une manière d'être « sexuellement moderne »* », moins liée à la sexualisation primaire qu'à la sexualisation secondaire[1735] : c'est vraisemblablement par le contact avec le monde social navigant que s'élabore la vie sexuelle des hôtesses. Pour Marianne, le métier se définit par les rencontres qu'il suscite, culminant parfois dans des idylles amoureuses. Sa romance avec un amant brésilien correspondrait presque au script d'un film romantique d'époque :

[1733] Jacky Nacal, *opus. cit.*

[1734] Émission *Podium*, ORTF, 16 mai 1970. Chanson écrite par Jacques Lanzman et interprété par Jacques Dutronc. Archives INA. Lien URL : https://www.ina.fr/ina-eclaire-actu/video/i04209474/jacques-dutonc-l-hotesse-de-l-air

[1735] Michel Bozon, *opus. cit.* p. 110

« *M : Une fois ça m'est arrivé dans un restaurant. Le brésilien, un carioca, était sur une table à côté de nous, l'équipage. Et pendant tout le repas on n'a pas arrêté de se regarder. On m'a dit «* [Marianne]*, il y a un truc qui se passe là ». Il ressemblait à Bernard Giraudeau.*

P : Beau mec !

M : En général, je flashe toujours sur des beaux mecs (…). *On est allé se promener sur Copacabana, on est allé danser, puis on est allé au Méridien. Ça a duré quand même 6 mois. Je demandais un Rio tous les mois. J'allais le voir, à Rio.*

P : Paris-Rio pour prendre un coup dans le caleçon ? Putain, c'est bien !

M : J'étais amoureuse ! »[1736].

Les anecdotes de Philippe prennent un caractère extraordinaire, pourtant normalisé dans l'imaginaire navigant :

P : « *Moi ça m'est arrivé avec une dame qui passait dans la rue. On était au coffee shop à New York à quatre copains, au petit-déj. On était au Sheraton. Tu vois le Sheraton [oui unanime]. Il donnait sur la rue. Il pleuvait. Une nana passe et moi comme un con je lui fais coucou [il mime un grand sourire clownesque].*

C : Tu étais en uniforme ?

P : non, j'étais en civil (…). On finit le petit-déjeuner et on rentre à l'hôtel. Je la vois rentrer peut-être deux minutes après. Elle me regarde et me fait un sourire. Elle s'amène et on se met à parler. « Bonjour mademoiselle, nous on est navigant à Air France, etc. » Les stews on vu qu'il y avait un match, une connexion. « Pierrot, nous on y va, à bientôt ». La fille se met à parler, directement dans les yeux. Elle me dit : « voilà je suis mouillée ». Je lui dis, « bah oui, il pleuvait ». « Il faudrait que je me sèche, vous n'aurez pas un endroit ? Votre chambre ? ». Là j'ai percuté. « Bien sûr, il y a une chambre ». Et on a niqué ! Les stews connaissaient mon numéro de chambre. J'étais en train de ken la nana et je voyais les mots passer [rires] : « tu fais quoi ? On a rencard, grouille ». Bon avec la fille ça a duré quoi, 40 minutes ? Faut pas se raconter des histoires il y a des mecs qui

[1736] Entretien collectif, *opus. cit.*

disent que ça dure 3 heures, pas possible ! 50 minutes, c'est un max. La fille s'est séchée et s'est barrée. Je ne l'ai plus jamais revue. Je ne connais pas son nom, elle ne connaît pas le mien. Une Américaine. Et ça c'était dans les années 1979-1980, un truc comme ça. J'avais 29 ans, j'étais beau »[1737].

Le sexe est ici décrit comme une succession de performances : l'acte, la solidarité masculine, la nationalité de la femme. Le partage des anecdotes sexuelles semble être un ciment des relations d'équipage, notamment entre hommes. La circulation de récits à caractère sexuels sert également à dresser des limites. Certains débordements sont acceptables : dans une fameuse boîte de strip-tease à Anchorage, Philippe se rappelle d'un collègue qui a voulu « *bouffer le cul* » de la danseuse, avant de se retrouver en garde à vue pour outrage. Si certaines destinations se prêtent bien au jeu sexuel, d'autres sont le lieu de tous les glissements moraux, comme la Thaïlande. Camille témoigne à ce sujet :

« On ne voyait plus les mecs. Au pot équipage il n'y avait plus que les nanas. Ils étaient tous en chasse. Tu voyais arriver les mecs à 3-4h du matin, bras-dessus bras-dessous avec une ou deux nanas, ou des tomboys, ou des ladyboys, sans le savoir parfois [elle rit] ! Ça fait partie des légendes ça ! Mais les pédophiles se cachaient. On le savait, mais ça ne passait pas. Autant ils allaient se taper une ou deux puputes, on en rigolait, mais le reste non. Il y avait un tabou de comportement. Il y a des choses que tu ne peux pas faire (...). Les thaïlandaises sont très sex, très allumeuses (...) ! Et elles sont si souriantes… tu n'as pas l'impression que c'est de la prostitution. Elles te sourient, viennent te chercher, elles sont chattes… C'est presque naturel, tu vois ? Elles déculpabilisent, elles rendent le truc ludique, joyeux, léger, propre (...). Il y a très peu de mecs qui résistent. D'ailleurs, les quelques mecs qui restent là avec les hôtesses sur une rotation en Thaïlande, c'est carton-plein ! Ils ne vont pas voir les thaïs et restent avec 15 hôtesses frustrées… Tous les mecs mariés allaient se taper de la thaï, et le steward ou le pilote qui restait là, il a le choix ! »[1738].

[1737] *ibid.* La question que Camille pose au sujet de l'uniforme est très pertinente, en cela que l'habit navigant possède un capital érotique non négligeable dans les représentations collectives.

[1738] Entretien avec Camille, *opus. cit.*

La Thaïlande fonctionne comme une pornotopie, car la culture occidentale des années 1970 y associe un ensemble de comportements sexuels singuliers, impossibles à reproduire dans d'autres endroits. Le film *Emmanuelle* joue un rôle important dans la libéralisation des imaginaires liées à l'Asie du Sud-Est. On trouve systématiquement des images de jeunes femmes thaïes au service des hommes blancs (cuisine, ménage, massage), dans une logique clairement sexualisée. Les aventures sexuelles avec des étranger·è·res fonctionnent comme un socle de la culture navigante. Mise à part des anecdotes ponctuelles, il est difficile d'estimer la réalité ou la quantité d'aventures sexuelles avec des étranger·ère·s ou passager·ère·s. En revanche, un faisceau d'indices plus conséquent suggère l'existence d'une vie sexuelle active entre navigant·e·s.

En partageant les mêmes contraintes professionnelles et affectives (notamment la difficile question de la fidélité), la proximité sexuelle semble être facilitée. Lorsque Madeleine Thiphlouse – une hôtesse des premières générations – témoigne de son début de carrière pour *France Aviation*, elle annonce que les liaisons affectives se font « *plus souvent entre membres de l'équipage qu'entre hôtesses et passagers* »[1739]. Si le cas des époux Barnier publicise le mariage entre navigant·e·s, on observe pourtant assez peu de liaisons institutionnalisées sur la séquence. Dans les années 1970, la majorité du personnel navigant est marié (voir graphique n°8). Les données disponibles ne permettent pas pour autant de rendre compte du taux d'endogamie réel. On peut néanmoins établir un suivi statistique des mariages entre navigant·e·s à Air France, PNC et PNT confondus, qui ont au moins un enfant (voir tableau n°9) :

Année (n)	Effectif PN (1er janvier de n+1)	Conjoint·e·s de la compagnie avec enfants	Pourcentage d'endogamie avec enfant
1966	2641	36	**1,36%**
1967	2920	46	**1,58%**
1968	3205	52	**1,62%**
1969	3573	64	**1,79%**
1970	4005	81	**2,02%**

[1739] *France Aviation*, n°276, avril 1978.

1971	4199	110	**2,62%**
1972	4640	120	**2,59%**
1973	5145	151	**2,93%**
1974	5418	195	**3,60%**
1975	5412	222	**4,10%**
1976	5489	195	**3,55%**
1977	5734	278	**4,85%**
1978	6083	286	**4,70%**
1979	6443	307	**4,76%**
1980	6407	316	**4,93%**
1981	6429	327	**5,09%**
1982	6648	320	**4,81%**

Tableau n°9 : l'évolution de l'endogamie navigante sur les années 1970. Tableau réalisé avec les annuaires statistiques.

On observe un phénomène réduit, à raison de quelques dizaines de naissances par an sur l'ensemble du personnel navigant. L'endogamie matrimoniale est très faible comparativement à d'autres secteurs professionnels, comme le secteur agricole affichant des taux supérieurs à 80% en 1982[1740]. En revanche, les récits d'aventures sexuelles ponctuent la totalité des récits collectés.

Dans le sillage de ce que l'histoire du genre nomme la « *révolution sexuelle des années 1968* », les PNC profitent de rencontres sexuelles éphémères. L'assouplissement des législations liées à la pornographie, l'ouverture de *sex-shops* ou encore l'édition française de revues érotiques, contribuent à la médiatisation de l'activité sexuelle[1741]. Les luttes féministes émancipent la sexualité féminine, notamment en obtenant la légalisation de la contraception : la loi Neuwirth de 1967 légalise la pilule, la loi Simone Veil de 1974 obtient son remboursement par la Sécurité Sociale. Sylvie témoigne volontiers d'une libération sexuelle :

> « *On était dans un autre monde. Un monde festif. Il y avait des amitiés qui se créaient, des amitiés amoureuses aussi ! Quand tu partais 20 jours et que tu avais un coup de foudre sur quelqu'un et bien… On était des femmes libérées (je parle de moi). On avait la pilule, on faisait ce qu'on voulait, on n'avait pas le sida au dessus de la tête. Nous étions dans une liberté totale.*

[1740] Milan Bouchet-Valat, *Les rouages de l'amour et du hasard. Homogamie et hypergamie dans la France et l'Europe contemporaines : dimensions socioéconomique et d'éducation, variations et mécanismes*. Thèse de doctorat en sociologie, dirigée par Louis-André Vallet à l'Observatoire sociologique du changement (OCS-CNRS), soutenue le 8 décembre 2015.

[1741] Sylvie Chaperon, 2024, *opus. cit.*

Je parle de liberté sexuelle. Mais c'est rare qu'il y ait une suite. C'était dans l'espace de 15 jours ou 10 jours, mais comme on avait très peu de chances de revoler avec la même personne sur plusieurs années. C'était ça la facilité : avoir une aventure ponctuelle sans que ça laisse de dégâts sur le plan affectif ou familial »[1742].

Par ailleurs, la moyenne d'âge rajeunit au tournant des années 1970, témoignant de l'embauche d'une génération dont la jeunesse est marquée par les années 1968. L'écart d'âge entre stewards et hôtesses se réduit drastiquement. À la fin des années 1960, les stewards sont en moyenne de dix ans les aînés des hôtesses. En 1980, les PNC partagent la même moyenne d'âge, signe d'une embauche renouvelée du personnel masculin (voir graphique n°12).

Ces rencontres amoureuses ponctuelles sont fréquentes au point de devenir un incontournable de la vie en escale. Anne rapporte même l'existence d'un « *menu navigant* », disponible dans certains hôtels. Bangkok est connu pour être une plaque tournante du personnel d'Air France. Un hôtel pouvait être parfois partagé par 6 équipages en même temps. Le « *menu* » servait à identifier qui était présent dans l'hôtel et si les personnes étaient accompagnées par leur conjoint·e :

« *Il y avait des gens qui étaient connus, des couples illégitimes qui étaient connus, des copilotes avec leur hôtesse c'était connu (...). Quand on arrivait au petit matin, pour aller travailler, on regardait qui était là, on consultait ce qu'on appelait « le menu » ! (...). On regardait les listes équipages, qui était là, pour savoir s'il y avait des copains ou des copines qui travaillaient en même temps* (…). *En face des noms, il y avait les numéros de chambre etc., etc. Et, de temps en temps, en face du nom généralement d'un monsieur, il y avait marqué, bien rajouter en gros « et Madame » ! Ça voulait dire « attention, je suis avec ma femme » ! [Rires]* »[1743].

[1742] Entretien avec Sylvie, *opus. cit.*

[1743] Entretien avec Anne, *opus. cit.*

Sylvie parle de « *cousins* » ou de « *cousines* » pour parler de personnes couchant avec le·la même amant·e[1744]. Air France est décrite comme « *une grande famille* », reliée entre elle par « Radio Couloir ». Les espaces de repos PNC, ces fameuses banquettes de psychologues, sont également l'endroit où circulent les anecdotes à caractère sexuel et les noms des couples illégitimes. Louis-Marie Barnier identifie dans son travail de thèse le terme similaire de « *Radio Galley* », définie comme « *un haut lieu de structuration sociale des PNC* »[1745]. La question de la fidélité conjugale y est régulièrement traitée ; source de plaisir, le sexe entre professionnel·le·s vient toutefois cristalliser des douleurs inhérentes au travail navigant, à savoir l'éloignement du foyer, ou la difficulté d'en construire un.

4.4.2. Le revers sombre d'une vie ensoleillée

4.4.2.1 L'instabilité affective

Le rythme navigant semble déstabiliser la vie affective et émotionnelle des professionnel·le·s. Les relations entre navigant·e·s sont complexifiées par les échéances de planning. Il est difficile de se voir selon les attendus traditionnels d'une vie de couple. L'expérience de l'infidélité se construit presque comme une étape nécessaire. Jacky Nacal restitue que son ami copilote lui assure « *qu'au moins une fois il doit tromper sa femme, avec un regard débordant d'hormones, qui semblait pouvoir* [la] *dévorer* »[1746]. Isabelle Tronquet rapporte les mots d'un copilote, dans ce qui semble être un poncif de la culture navigante :

> « *Je connais la réputation de mon métier et si, du temps de mon mariage, j'ai donné un coup de canif ou deux dans le contrat, j'ai envie de partir sur de bonnes bases dans ma nouvelle relation. Elle va pouvoir se rendre compte pendant ces trois jours au soleil que finalement, la réputation des hôtesses de l'air est usurpée, elles nous regardent pas tant que ça ! Je suis sûr que les stewards en profitent plus que nous d'ailleurs…* »[1747].

[1744] Entretien avec Sylvie, *opus. cit.*

[1745] Louis-Marie Barnier, 2005, *opus. cit.* p. 9

[1746] Jacky Nacal, *opus. cit.*

[1747] Isabelle Tronquet, *opus. cit.*

Les « *coups de canifs dans le contrat* » ressemblent presque à un baptême de la vie navigante. Ils consacrent cette temporalité affective plastique, difficile à fixer quelque part. En l'état, il nous est impossible de chiffrer l'infidélité ou même d'en définir les contours, tant elle dépend du système relationnel de chacun·e. En revanche, elle exige des partenaires un travail émotionnel et organisationnel supplémentaire. Sylvie explique qu'il faut avoir « *suffisamment de maturité* » pour pouvoir gérer des relations dans le cadre de la vie navigante. Dans un autre registre, Philippe exprime une nécessité de la séparation entre la liaison sexuelle et la liaison affective. S'il semble permis, voire encouragé, de coucher ensemble, il est dangereux de nouer une relation sur un long terme : « *« juste un petit coup dans le caleçon après ça je dors avec toi ». Ah non ! Surtout pas, tu te casses, je vais dormir tout seul ne me fais pas chier ! C'était un peu ça finalement* »[1748]. Le faible taux d'endogamie navigante s'explique peut-être par la culture affective de ce groupe professionnel. Dans les années 1970, l'éphémérité des relations s'impose comme le modèle relationnel dominant au sein du groupe navigant. Il est moralement et matériellement difficile de reproduire des formes familiales plus traditionnelles, du fait des contraintes spécifiques au métier. Les infidélités et les aventures sexuelles peuvent créer des tensions dans le collectif de travail.

Au regard de l'historique entre le PNT et le PNC, les relations sexo-affectives entre hôtesses et pilotes ne sont pas forcément bien perçues. Les « *taupes-à-tech* » sont des hôtesses qui cultivent des relations avec le personnel technique. Elles sont souvent associées à des opportunistes qui cherchent à solidifier leur situation sociale. Sylvie explique que les hôtesses entretenant une relation avec les pilotes polarisent le collectif de travail : « *il y avait « les-taupes-à-tech » et ceux qui étaient pas pour « les-taupes-à-tech »* »[1749].

La vie en long-courrier complexifie les liaisons sociales dans leur ensemble. Anne évoque par exemple la difficulté de maintenir une vie amicale hors du milieu navigant. Elle doit souvent décliner les invitations à sortir le dimanche, les dîners du nouvel an, ou les séjours de vacances d'été[1750]. Nous n'avons pas pu rassembler le matériel nécessaire à une analyse genrée du rapport à la distance, mais il semblerait que les hôtesses sacrifient plus facilement des dispositions personnelles que leurs homologues masculins. Par exemple, Anne effectue pendant un an la navette jusqu'à Boston après s'être fiancé avec un homme étudiant

[1748] Philippe dans l'entretien collectif, *opus. cit.*

[1749] *ibid*.

[1750] Entretien avec Anne, *opus. cit.*

là-bas. Le rythme étant tellement soutenu qu'elle choisit de prendre un congé pour « *convenance personnelle* ». Lorsque Camille raconte sa relation avec un commandant de bord, plus âgé et déjà divorcé, elle se définit comme « *un cliché genré* ». Beaucoup de collègues s'étonnaient de la voir revenir travailler après avoir élevé ses enfants alors que son mari peut largement subvenir aux besoins du foyer :

> « *Oui, c'est-à-dire que quand tu as un mari pilote et une femme hôtesse de l'air, les deux sont sur long-courrier et ils font des enfants, il faut qu'il y en ait un qui lève le pied. Qui lève le pied, le pilote ou l'hôtesse ? (...). Je pense que c'est 100% des cas l'hôtesse ! Ne serait-ce que pour l'écart de salaire : mon mari en fin de carrière gagnait trois fois ce que je gagnais* »[1751].

La distance éprouve les relations monogames dans les deux sens. Sur le ton de la plaisanterie, Denise évoque les infidélités de son ex-mari sur le modèle « *pars de temps en temps que je sois un peu libre* ». Dans ce qu'elle nomme « *les dix commandements du navigant* », Sophie Poirot-Delpech note la phrase « *toujours rappeler chez soi avant de rentrer* »[1752]. Lorsque Marianne évoque le statut navigant de son père steward, Philippe rétorque immédiatement : « *il avait les cheveux longs, il était bronzé, le chien aboyait et les enfants lui disait « monsieur » [Rires] !* ». Dans un autre entretien, Sylvie indique que cette blague prend la forme d'une devise et sert en fait de mise en garde : « *comme on disait : « si tu rentre chez toi et que les gamins t'appellent monsieur et que le chien commence à te mordre, c'est que tu es parti trop longtemps »* ». Selon elle, la différence de rythme émotionnel peut être à la source de dépressions :

> « *Le problème quand tu es saisonnière et que tu commences à Air France tu apprécies cette vie sur long-courrier. Mais quand tu rentres chez toi tu te retrouves toute seule dans un appartement. Il y beaucoup de filles qui faisaient des dépressions nerveuses. C'était trop brutal. Elles arrivaient dans un studio toutes seules alors que pendant 10 jours, 15 jours ou 20 jours elles ont été entourées, elles se sont éclatées… Le décalage était énorme. Pour cela il y a eu beaucoup de divorces chez nous* »[1753].

[1751] Entretien avec Camille, *opus. cit.*

[1752] Sophie Poirot-Delpech, *opus. cit.*

[1753] Entretien avec Sylvie, *opus. cit.*

Denise annonce, en creux de la discussion collective, le sentiment d'une grande solitude. En opérant sur long-courrier, Anne exprime une certaine lassitude du métier. Marianne décrit la même émotion au tournant de la cinquantaine, en espérant encore pouvoir fonder une famille stable. La difficile stabilisation affective peut trouver une piste de résolution dans la maternité. Pourtant, en plus d'une charge mentale décuplée, « l'hôtesse mère » se construit à l'encontre de l'historique image de l'hôtesse célibataire. Malgré un phénomène qui gagne en massivité au milieu des années 1970, la maternité est un statut qui semble être dévalorisé par la culture navigante sur la même séquence.

4.4.2.2. Le choix dévalorisant de la maternité

Si l'une des facettes commerciales de l'hôtesse de l'air est celle d'une mère attentionnée pour le passager, on ne trouve que très peu d'archives mentionnant les hôtesses avec des enfants réels. Les hôtesses enceintes n'ont légalement pas le droit d'exercer en cabine. La présomption de grossesse est évaluée par le corps médical de l'entreprise. Leur niveau de rémunération ne semble pas faire l'objet de lutte syndicale particulière. Reléguée à une annexe non spécifique dans la convention collective de 1975, Air France garantit un revenu minimum aligné sur le congé accident ou maladie. Le PNC féminin est alors reclassé à un emploi au sol, payé mensuellement à hauteur de 67 primes horaires de vol[1754]. Ce statut est reconduit dans la convention collective de 1979. Au tournant des années 1980, le SNPNC conduit des négociations pour améliorer la rémunération du congé maternité. Il est réévalué en 1983 à 74 primes horaires de vol, soit une majoration de 395 francs mensuels pour le grade hiérarchique le plus bas (soit 141 euros de 2024)[1755]. Si la question n'occupe qu'un espace politique réduit, elle concerne en revanche une masse salariale importante. La direction du personnel d'Air France compte plus de 50 000 jours d'absences pour congés maternité en 1978[1756]. Le nombre d'hôtesses à charge d'un enfant augmente de manière continue au cours des années 1970 (voir tableau n°10) :

Année (n)	Effectif PN féminin (1er	PN féminin marié	PN féminin avec au	PN féminin marié	PN féminin avec au

[1754] Convention collective entre le SNPNC et le CTAF, 1975, *opus. cit.*

[1755] SNPNC Infos, 13 mai 1983.

[1756] D'après les chiffres du bilan social de 1980. Archives de la direction du personnel. On compte 52 819 journées d'absence en 1978.

	janvier de n+1)		moins un enfant à charge	exprimé en %	moins un enfant à charge exprimé en %
1966	703	125	103	18%	15%
1967	847	170	128	20%	15%
1968	969	225	158	23%	16%
1969	1101	281	185	26%	17%
1970	1400	349	231	25%	17%
1971	1460	459	291	31%	20%
1972	1750	522	334	30%	19%
1973	2007	650	421	32%	21%
1974	2081	788	526	38%	25%
1975	2033	892	644	44%	32%
1976	2128	1029	681	48%	32%
1977	2265	1147	847	51%	37%
1978	2432	1193	932	49%	38%
1979	2555	1247	1010	49%	40%
1980	2537	1277	1078	50%	42%
1981	2579	1329	1165	52%	45%
1982	2716	1355	1242	50%	46%

Tableau n°10 : la réalité maternelle des hôtesses de l'air d'Air France. Réalisé avec les chiffres des annuaires statistiques.

Au regard de ce tableau, on comprend que la question de la maternité s'impose graduellement chez Air France. Or, l'hôtesse mariée et mère constitue une brèche dans la mythologie de l'éternelle jeune fille célibataire et disponible. Le rythme de travail du PNC est antinomique avec les conventions sociales établies autour du rythme de l'enfance. La sociologie du travail féministe a d'ailleurs pointé les souffrances mentales et physiques qu'occasionnent la « *vie en deux* » des mères salariées, notamment autour du concept de charge mentale, liant des espaces a priori séparés dans une même préoccupation continue[1757]. Des travaux réactualisent ce rapport à l'environnement spécifique des PNC, où se rajoute le poids supplémentaire de l'organisation à distance[1758].

Dans le système de représentation des années 1970, il n'y a aucun espace pour la maternité des hôtesses. Bien au contraire, nous avons démontré que cette séquence renforce la construction de corporalités vacancières. Cela se traduit par une véritable aspiration au travail

[1757] Monique Haicault, « La gestion ordinaire de la vie en deux », *Sociologie du travail*, n°26-3, 1984, Travail des femmes et famille, pp. 268- 277

[1758] Anne Gilet et Diane-Gabrielle Tremblay, *opus. cit*

sur long-courrier des nouvelles recrues. À la suite des stages d'intégration, la division des transports ventile les nouveaux effectifs dans les secteurs sous tension. Les PNC récemment embauché·e·s ne choisissent pas leur secteur d'affectation, au prix d'une désillusion assez grande. Anne annonce que « *tout le monde attendait les long-courriers* » *!* » et que « *ceux qui apprenaient qu'ils allaient faire du moyen-courrier étaient forcément un peu déçus* »[1759]. Après sa période d'essai sur long-courrier, Charline est confirmée tout de suite et n'a pas besoin d'attendre la saison suivante. Elle est toutefois affectée au secteur Europe sur moyen-courrier, à son « *grand désespoir* ». Questionnée sur ce désespoir « *évident* », elle répond : « *et bien parce que c'était mythique, et puis, franchement, entre un double Londres et un Rio, c'était vite vu !* »[1760]. Les représentations de la vie sur long-courrier motivent largement les désirs des jeunes recrues.

Profiter du rythme qu'offre le long-courrier semble impliquer nécessairement le choix du célibat. Sylvie le raconte avec sincérité :

> « *D'abord j'étais célibataire et je n'avais pas d'enfants. Moi ce que je voulais, comme beaucoup de gens de ma génération, c'était voyager, manger la banane par les deux bouts et profiter au maximum !* »[1761].

Dans un court texte publié dans les *Cahiers du Grif* de 1976, Annick, une hôtesse de 25 ans, détaille pourquoi elle choisit de rester célibataire : « *si je devais avoir un mari et un enfant à mon retour, je ne tiendrai pas* »[1762]. Les rythmes exténuants imposés par une vie long-courrier empêchent les hôtesses d'envisager la maternité sereinement, sachant combien le travail domestique rajoute en terme d'épuisement, de dépenses financières et de charge mentale. Les hôtesses mariées préfèrent officier sur le service européen, garantissant un retour chez elle tous les soirs et ainsi la possibilité « *d'avoir une certaine vie de famille* »[1763]. Camille explique que c'est vraisemblablement cette fatigue qui décourageait les hôtesses de continuer sur un secteur long-courrier après voir fondé une famille :

[1759] Entretien avec Anne, *opus. cit.*

[1760] Entretien avec Charline, *opus. cit.*

[1761] Entretien avec Sylvie, *opus. cit.*

[1762] « Annick, hôtesse de l'air », *Cahiers du Grif*, n°11, 1976, Le travail c'est la santé, p.15.

[1763] *Ibid.*

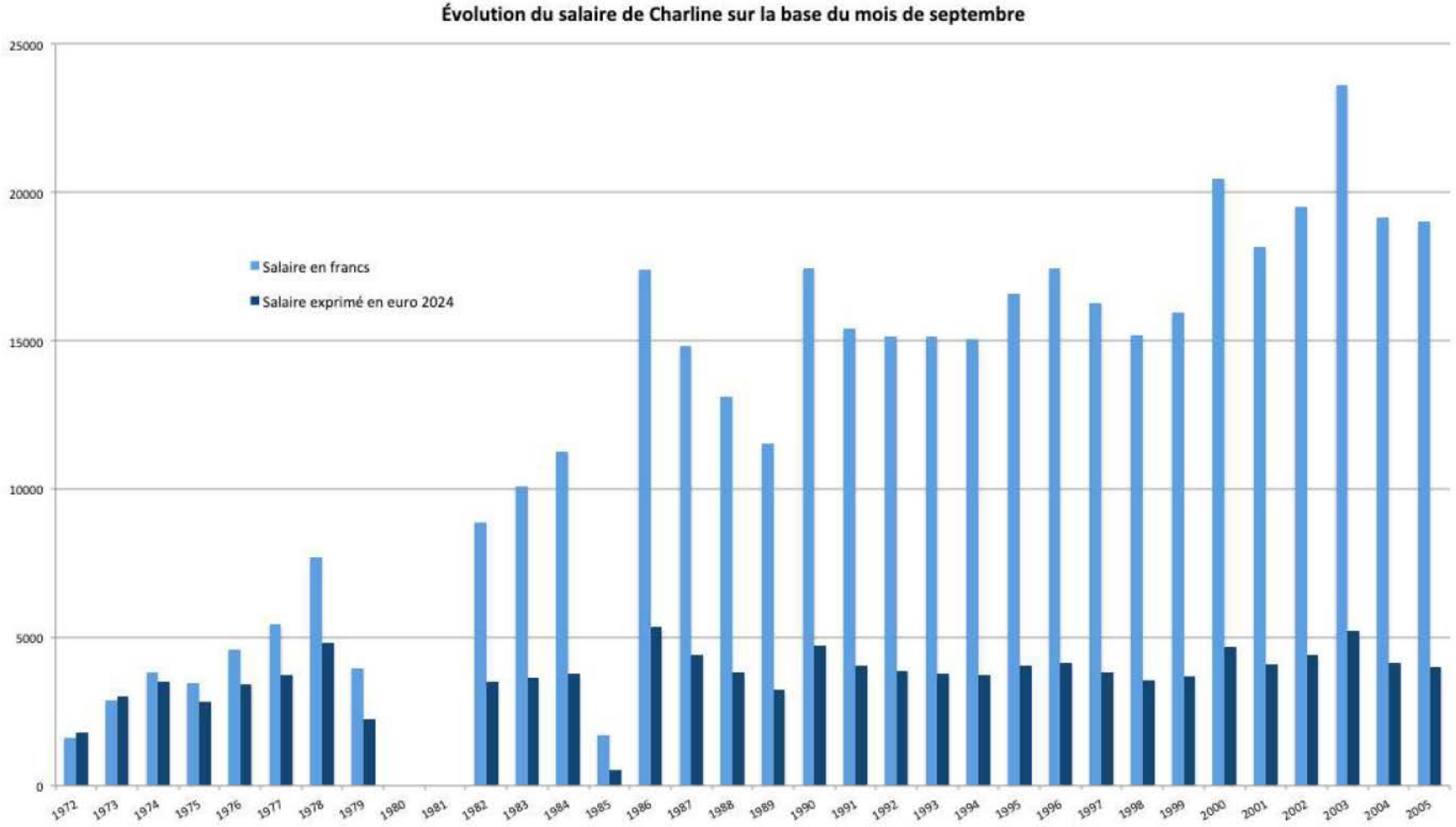
> « *Sur moyen-courrier c'étaient plutôt les parisiens, ceux qui habitaient en région parisienne, et qui avaient une famille. C'est ceux qui ne voulaient pas rentrer explosés par les nuits, les décalages horaires. C'est ceux qui voulaient être là en forme pour leur famille. Peut-être partir deux trois jours, mais pas tous les jours. Ne pas avoir cette fatigue long-courrier, qui est une fatigue très particulière* »[1764].

Officiant sur long-courrier pendant le début de sa carrière, Camille préfère s'arrêter après sa première grossesse. Son premier enfant arrive deux ans après son embauche chez Air France. Elle dit alors « *lever le pied* », car son mari refuse le partage d'un temps partiel ; pendant 5 ans elle ne travaille pas pour élever ses deux enfants en bas-âge. Elle reprend son travail sur long-courrier au prix d'une nounou attitrée (qui s'avère être sa voisine), qui ne travaille que pour elle, en sous-traitant une partie du travail domestique lorsqu'elle était « *à l'autre bout du monde* »[1765].

Après être devenue mère, Charline décide de passer sur secteur moyen-courrier pour envisager plus sereinement sa vie familiale. Embauchée en 1972, elle est restée hôtesse tout au long de sa carrière. Après son premier congé maternité en 1974, elle décide de quitter les longues distances pour s'occuper de son enfant. Son deuxième enfant naît en 1978 et le troisième en 1985. Enceinte en 1984, elle bénéficie d'un reclassement au sol pour ne pas voler. Dans un bureau, elle lit les comptes-rendus des carnets de bord du personnel navigant, ce qui, selon elle, reste cohérent et valorisant au regard de ses compétences. Elle annonce conserver son salaire sur la période d'arrêt, même si sa fiche de paye de septembre indique le contraire (voir graphique n°15). Après être mère, elle préfère travailler selon un temps alterné pour s'occuper d'une vie domestique chargée. N'ayant jamais passé le grade de CC, on se rend compte d'une évolution salariale toute relative.

[1764] Entretien avec Camille, *opus. cit*

[1765] *ibid* .



Graphique n°15: l'évolution salariale de Charline. Graphique élaboré avec les fiches de salaire de septembre (ce ne sont pas des salaires annuels).

En étudiant une cohorte de 30 PNC recruté·e·s entre 1998 et 2001 Anne Lambert et Delphine Rémillon observent que les hôtesses sont plus nombreuses à mener des carrières à temps partiel que leurs homologues masculins[1766]. Pour paraphraser les autrices, les stewards avec enfants parviennent davantage à se maintenir à temps complet. L'inégalité d'accès aux postes à responsabilité s'explique par l'association du niveau promotionnel aux carrières à temps plein. La disponibilité biographique des hôtesses détermine leur niveau d'avancement professionnel, conditionné par les besoins de la compagnie qui exige un grand niveau de flexibilité. La « *disponibilité temporelle au travail* »[1767] est un concept permettant de sortir du dualisme « temps de travail / temps libre », qui ne décrit que très mal la réalité professionnelle des femmes dans le secteur tertiaire. La trajectoire professionnelle et biographique de Charline, à savoir une carrière moyen-courrier marquée par un temps partiel, se construit à l'image d'une large majorité de femmes avec plusieurs enfants[1768]. Charline confirme que le secteur moyen-courrier est surtout composé d'hôtesses avec des responsabilités maternelles :

> « *Je pense que la grosse majorité, en tout cas sur moyen-courrier, on était que des mamans* (…). *Sur les moyen-courriers, c'était une autre ambiance, un autre style ! C'était les couches, les dents, les devoirs, les tables de multiplication, les « oh la la on va être en retard, qu'est-ce que va dire là a nounou ». C'était que ça ! Les techniques devant parlaient de construire leur maison, ils parlaient de leur bateau. Nous on parlait maman* »[1769].

La culture professionnelle du secteur moyen-courrier ne correspond en rien à celle qu'on retrouve sur long-courrier. Si le voyage de rêve de Sylvie est la rotation aux Antilles pour profiter de la planche à voile, Charline préfère des vols en France où elle peut faire ses courses, où elle peut essayer de la lingerie sans que personne ne tire le rideau, ou acheter des collants sans avoir à penser « *faut que je me dépêche il y a école* ». C'est dans le rapport à soi et dans le rapport au monde que semble opérer une fracture entre deux éthiques du métier. Charline énonce

[1766] Anne Lambert et Delphine Rémillon, *opus. cit.*

[1767] Paul Bouffartigue, « La disponibilité temporelle au travail : nouvelles formes, nouveaux enjeux », *Temps de travail et travail des temps*, Octobre 2012, Strasbourg, France. ffhalshs-00731732f.

[1768] Voir la typologie des carrières et plus précisément la classe 5, dans Anne Lambert et Delphine Rémillon, *opus. cit.*

[1769] Entretien avec Charline, *opus. cit,* .

très strictement que les hôtesses sur long-courriers « *vivent pour elles* », tandis que les hôtesses sur moyen-courriers « *vivent pour les autres* » :

> « *On sentait que c'était deux métiers et deux milieux différents. Il se disait que sur long-courrier, les hôtesses vivaient pour elles, et que sur moyen-courrier, les hôtesses vivaient pour les autres. Sur long-courrier, une hôtesse enlève son uniforme pour aller à la piscine, pour faire du tourisme, pour moi, « je m'occupe de ma petite gueule », alors que celle sur moyen-courrier, c'était vite vite vite enlever les uniformes, vite vite vite revenir à la maison, vite vite vite faire les lessives, aller à l'école, vite vite vite repasser les uniformes pour demain. Voilà, c'est pour ça qu'on disait que sur long-courrier on vit pour soi et que sur moyen-courrier on vit pour les autres. Il y a des enfants qui l'ont ressenti comme ça. Sur ma fin de carrière j'ai volé avec des enfants de navigants, qui me disaient « je ne ferais jamais long-courrier, parce que mes parents n'étaient jamais là pour les anniversaires, etc., mes parents n'étaient jamais là ». C'était un reproche qui n'était pas adressé aux moyen-courrier*s »[1770].

Paradoxalement, l'éthique de la maternité – comme elle semble être vécue par les hôtesses – prolonge ce qu'Air France exige d'elles au niveau professionnel, à savoir de la sollicitude, de la disponibilité et du dévouement. Pourtant on ne retrouve pas d'encouragements clairs à la maternité, incompatible avec l'enthousiasme de la jeune femme célibataire dont Air France fait la promotion. Charline décrit en effet deux modes de féminité qui peinent à communiquer. Mise à part les salles de réserve, les PNC volant sur différents secteurs ne se rencontrent que très peu. Juste le temps d'éprouver des anecdotes qui mettent en exergue la différence de métier :

> *« On se disait que ça donnait un petit peu envie quand on entendait les filles de long-courrier parler. Quand elles racontaient leurs escales. Je reconnais que quand j'entendais des gens raconter leurs escales à Anchorage, qu'ils allaient pêcher le saumon, qu'ils allaient faire du ski, voilà, moi je me disais qu'Anchorage ça devait être plus sympa qu'un double Londres dans la journée. Ça me faisait rêver ! Quand je les entendais parler d'un restau où ils allaient à Lima, ça me faisait rêver c'est évident. Mais je me disais que ce n'est pas pour*

[1770] *Ibid.*

moi, parce que ma priorité c'était de m'occuper de ma maison et de mes enfants »[1771].

On trouve dans ce récit une certaine posture sacrificielle, qui tranche avec les jouissances exprimées sur la vie sur long-courrier. Ce sens du sacrifice semble être reconnu par l'ensemble du corps professionnel. Sylvie dit des « mamans long-courriers » qu'elles sont « *égoïstes* », reconnaissant par là qu'une mère doit savoir renoncer aux plaisirs de la vie d'escale.

Si la maternité en contexte professionnel est structurellement dévalorisée, elle l'est d'autant plus dans les secteurs professionnels qui construisent un idéal féminin émancipé des contraintes domestiques. Jacky Nacal rapporte que son envie d'exercer le métier d'hôtesse de l'air vient de sa fascination pour ce mode de présence féminin assuré et sophistiqué :

« *J'étais tout à la fois admirative et fascinée par le beauté, leur maintien, la manière élégante avec laquelle elles s'exprimaient. Je me souviens des effluves de parfum qui accompagnaient leur déplacement dans l'avion. Je me rappelle aussi de l'assurance qui émanait d'elles, la précision de leur geste, leur allure décidée, la manière courtoise avec laquelle elles s'adressaient aux passagers, leurs sourires, leur présence distanciée* »[1772].

Ce modèle féminin se construit et s'exporte avec d'autant plus de force qu'il rencontre dans la figure de l'hôtesse de l'air les différentes réalisations de la réussite. En plus d'être libérée des boulets domestiques, l'hôtesse mythologique côtoie les hautes sphères sociales et porte sur son corps maquillé les stigmates du bonheur (sportive, ensoleillée, souriante). Elle prend la forme d'un projet de genre en résonnance avec le modèle néolibéral en plein déploiement.

[1771] *Ibid.*

[1772] Valérie Nadame, *opus. cit.* p.10

4.5. Conclusion

Pour affronter les transformations du marché aérien des années 1970, Air France cherche à élargir sa clientèle vers des secteurs davantage populaires. Cette tentative de massification est paradoxale avec l'image de marque qu'elle a élaboré historiquement. La compagnie nationale peine à se détacher du luxe associé à ses propositions commerciales originelles. Ses campagnes publicitaires visent à exporter le caractère élitiste de son service à des publics plus larges, selon la modalité du « devenir élite », notamment en investissant la composante « sensorialiste » du voyage. En tant qu'entreprise touristique, Air France contribue à ritualiser l'iconographie du bonheur sous une forme vacancière. Le narratif de l'émancipation individuelle par les choix de consommation devient central. Il correspond à une individuation croissante des propositions tarifaires. Cette stratégie est cohérente avec les nouvelles formes qu'emprunte le capitalisme au tournant des années 1970. Alain Touraine observe qu'à chaque restructuration des forces productives correspond une reconfiguration des logiques culturelles[1773]. Souligner la puissance de signification de certaines images révèle la force et la rapidité avec laquelle se déploie une nouvelle architecture économique, qu'on observe particulièrement bien dans le monde du travail.

Les années 1970 voient se resserrer les liens entre les rapports au travail et les rapports aux émotions. La nouvelle physionomie du marché aérien impose à Air France de réévaluer ses politiques managériales et commerciales, dans lesquelles le personnel de bord occupe toujours un espace central. Son intégration aux politiques d'entreprise doit être complète, d'autant plus que leur environnement professionnel se dégrade rapidement avec le déploiement des gros-porteurs. L'injonction à la sollicitude et à la disponibilité, tant vis-à-vis de la clientèle que de l'entreprise, s'applique particulièrement aux hôtesses de l'air. Historiquement qualifiées pour leur féminité, ces dispositions empathiques engagent fortement le travail émotionnel des salariées. L'exigence de douceur et de gentillesse se conjugue paradoxalement à la surcharge des appareils et à la détérioration des conditions du travail relationnel. L'intensité du travail émotionnel fourni par les hôtesses se traduit symétriquement par un effort d'identification auprès d'Air France : plus la « *machine expressive* »[1774] des hôtesses est encline à tourner au ralenti, plus l'identification à l'entreprise doit être puissante. Encouragé·e·s par l'encadrement, les navigant·e·s mobilisent volontiers les affects positifs associés au dispositif touristique, d'une part, et ceux, très ancrés, associés à l'esprit d'équipage d'autre part. Sans pour autant s'y

[1773] Alain Touraine, *La société post-industrielle*, Denoël, 1969, pp.115-116

[1774] Arlie Russell Hochschild, *opus. cit.*

restreindre, ce dernier se comprend comme une ramification de l'esprit d'entreprise. En s'alignant sur les politiques nationales, Air France refonde son cadre managérial, dans le but d'associer plus profondément le personnel à la compagnie. Il s'agit de créer des affects puissants, capables de proposer un chemin de la réalisation de soi. Valérie Nadame témoigne de la réussite de ce dispositif quand elle écrit :

> « *C'est un cri du cœur lancé à cette compagnie et à son personnel qui ont participé à mon développement personnel, qui m'ont permis, tout en m'assurant la sécurité matérielle, de pouvoir exprimer cette joie que j'ai au plus profond de moi* »[1775] .

Cette réalisation de soi par le travail résonne chez les navigant·e·s, qui ajoutent à leur bonne condition salariale un accès privilégié aux espaces du « rêve moderne ». En associant au travail le voyage, le sport, la gastronomie, la plage ou le soleil, le personnel navigant convoque un ensemble de dispositions valorisées socialement. La subjectivité navigante incarne de très près ce que le néolibéralisme construit comme projet culturel : des individualités libres et mobiles, en pleine jouissance d'un monde entièrement consommable. Dans son anthropologie des occidentaux à Dubaï, Amélie Le Renard note que l'occidentalité se construit selon un rapport à la réussite et à la bonne présentation, identifiables dans les signes de la richesse matérielle (il faut performer une identité *successful*). Elle analyse un rapport au corps spécifique, où il est décisif de « *se façonner un corps mince, sain, beau et masculin / féminin* »[1776] . Les PNC proposent une image professionnelle des contours de cette occidentalité, sur la base d'une sélection esthétique et d'un encadrement continu de leur mode de présence.

L'étude des hôtesses de l'air confirme que les performances de genre sont un canal privilégié de la reconfiguration des rapports sociaux au travail. La féminité performée par les navigantes devient un pôle d'attraction, en cela qu'elle propose un modèle de réussite. À l'image de la féminité occidentale mise en scène à Dubaï, elles sont sophistiquées et « *classy* »[1777]. En travaillant sur les usines de fabrication de soutien gorges, Fanny Gallot observe que la valeur travail se recompose dans les structures de genre. Les usines Chantelle proposent des facteurs d'identification au plus proche des corps et des identités. Dans les années 1970, l'encadrement

[1775] Valérie Nadame, *opus. cit.* p. 43

[1776] Amélie Le Renard, « Chapitre III : Performer l'occidentalité, un travail corporel et émotionnel », dans *Le privilège occidental,* Presses de Sciences Po, 2019, pp. 81-108

[1777] *ibid.*

développe de nouvelles formes d'identification à l'entreprise, de façon à diminuer le taux de conflictualité, à l'image de ce qu'on observe chez Air France. Chantelle devient le relais d'une « lingerie qui émancipe ». La marque propose aux ouvrières d'essayer les produits qu'elles fabriquent, pourtant destinés à des modèles corporels hégémoniques. Fanny Gallot écrit que « *la fierté issue de ce savoir faire maintenu renforce l'attachement des ouvrières au produit, à l'entreprise et à leur travail* »[1778]. En fabriquant une intégration éphémère à un projet de genre, l'industrie textile suscite l'adhésion des ouvrières à l'esprit d'entreprise.

La singularité du monde navigant se mesure à sa grande mobilité. Cette dernière se traduit par une forte plasticité affective et par des difficultés à maintenir une stabilité familiale traditionnelle. Portée par la culture subversive des années 1968, la libération sexuelle se comprend comme une nouvelle forme de l'émancipation individuelle. Le métier navigant, déjà fortement érotisé, intègre ces propositions sociales à son identité professionnelle. Les représentations sexualisantes que l'industrie culturelle attribuait au champ aérien se réalisent, à partir des années 1970, sous la forme dissimulée des relations entre navigant·e·s. Le rapport au sexe et à la romance, qu'il soit réel ou discursif, traverse une grande partie des interactions professionnelles. Il devient constitutif de cette subjectivité en construction, capable de jouir du monde à travers le travail. La capacité émancipatrice qu'on prête à la libéralisation sexuelle peut cependant camoufler des rapports de domination, qu'on retrouve dans la sexualisation du corps des hôtesses par leur homologues masculins, dans le « droit de cuissage » des commandants de bord, ou dans les gestes déplacés de la clientèle.

L'endogamie matrimoniale à Air France reste très faible sur la période, alors que le taux d'hôtesse à charge d'une vie domestique augmente fortement. L'hôtesse mère et mariée propose un modèle qui fissure les imaginaires en circulation. En volant davantage sur moyen-courrier pour accéder à une stabilité nécessaire, elle ne consomme pas la plus-value du métier lié aux longues escales. Mariée, elle se situe *a priori* en dehors du grand « *menu navigant* », l'écartant de fait des possibilités émancipatrices de la liberté sexuelle. Elle supporte la charge organisationnelle d'un foyer, accentuée par les contraintes spécifiques de la vie navigante (changement de planning, imprévus sur les transports, etc.). Si l'hôtesse de l'air incarne historiquement la femme moderne, travailleuse avant d'être mère, la conjugaison des deux statuts montre les paradoxes de cette condition. C'est l'hôtesse long-courrier, à jamais disponible, qui

[1778] Fanny Gallot, « La revanche du soutien gorge. Le corps des ouvrières de la lingerie (1968-2012) », *Clio. Femmes, Genre, Histoire,* n°38, 2013, mis en ligne le 31 décembre 2015, consulté le 25 mai 2022.

retient l'attention médiatique, car elle incarne toutes les promesses de la modernité : l'indépendance économique, l'autonomie affective, une très grande mobilité et une sexualité libérée.

L'hôtesse de l'air apporte des compétences féminines au service à bord, du fait de ses qualités domestiques et maternelles au fondement de son rapport au monde. Particulièrement puissantes chez les navigantes, les dissonances générées au regard de la conciliation « travail famille » ne se résolvent pas dans la trajectoire de la « femme virile », qui résiste aux assignations de la féminité à la domesticité et qui s'approprie des rôle sociaux masculins[1779]. La culture navigante formule très tôt le narratif de l'égalité homme-femme dans la culture professionnelle (un discours notamment exprimé par l'encadrement). Pourtant, les hôtesses qui élaborent des stratégies de conciliation avec la vie familiale choisissent de rompre avec la vie navigante, telle qu'elle s'est élaborée culturellement. Il serait révélateur d'établir une comparaison prosopographique entre des « hôtesses mères » officiant sur moyen-courrier et des hôtesses célibataires sur la vie navigante, notamment dans les années 1970 et 1980. Il pourrait explorer les rapports entre l'accès au travail, la sexualité et la formulation du bonheur, décisive dans l'élaboration des scripts de la féminité accentuée.

[1779] Nathalie Lapeyre et Nicky Le Feuvre, « Concilier l'inconciliable ? Le rapport des femmes à la notion de « conciliation travail-famille » dans les professions libérales en France », *Nouvelles questions féministes*, n°23, Éditions Antipodes, 2004, pp. 42-58

La modernité et la production d'identités hégémoniques

L'étude de l'aviation commerciale révèle combien la modernité se caractérise par son registre discursif. Dans la séquence historique étudiée, chaque nouvel appareil se commercialise sous l'étendard de la modernité. Cette trame narrative s'articule autour de trois axes. Premièrement, c'est un discours qui propose une historicité optimiste. Il entretient un rapport au futur selon la formule « demain sera nécessairement mieux qu'hier ». Deuxièmement, ce discours se réalise de manière performative. C'est en nommant la modernité qu'on l'a fait advenir. Cela est particulièrement visible dans le système marchand, où les différents acteurs invoquent les capacités innovantes de leurs produits. Enfin, ce discours possède une fonction. Le narratif de la modernité incite à l'accélération des systèmes qui y sont associés. Cette accélération possède par ailleurs une valeur en soit. Plus l'amélioration et l'agrandissement des macro-systèmes techniques sont rapides, plus ces derniers suscitent de la fascination et de l'enthousiasme. À l'inverse, des savoirs élaborés selon une temporalité plus lente, comme l'agriculture paysanne, n'entrent pas dans le champ de la modernité. Le discours moderne permet de renforcer la plupart des idéologies contemporaines, au point de s'imposer comme une signature civilisationnelle. En prêtant un sens et une direction à l'histoire occidentale, la modernité vient légitimer moralement et philosophiquement les dispositifs qui produisent des subjectivités, comme l'État, le marché ou encore le travail[1780]. Concernant ce dernier, les structures productives s'associent plus étroitement aux structures affectives, au tournant des années 1970[1781]. On observe chez Air France des manifestations prononcées de ce mécanisme : à travers l'encadrement du personnel navigant, l'institution aérienne propose un modèle de subjectivité cohérent avec le récit de la modernité.

La modernité s'élabore au regard de ce qu'elle n'est pas. Cette construction dialectique du discours moderne s'incarne par la promotion d'identités sociales hégémoniques et, inversement, par la discrimination d'identités subalternes. Davantage représentatives que réelles, ces identités opèrent en tant que repères vers lesquels il faudrait tendre ou, au contraire, desquels il faudrait s'éloigner. Dans la culture aérienne, certaines identités sont mises en avant par

[1780] Michel Foucault, L'Herméneutique du sujet, cours au collège de France, 1981 – 1982, Seuil, 2001, 560 p.

[1781] Anne Lambert, 2017, *opus. cit.*

l'iconographie ou la littérature, à la manière d'une vitrine publicitaire. Trois grands rapports sociaux qui structurent ces identités sont particulièrement visibles. Le rapport à la classe est le plus évident. En s'élaborant comme un service luxueux et privilégié, l'avion devient une pratique de consommation à valeur distinctive. La plupart des politiques commerciales d'Air France ont pour objectif de fidéliser des membres des classes sociales supérieures. Bénéficiant du soutien économique et médiatique de l'État français, Air France s'insère avec succès dans les habitus de consommation des plus riches. Son rôle de représentation nationale perd par ailleurs en importance, à mesure que la bourgeoisie considère de moins en moins l'État, notamment dans la libéralisation des années 1970. Davantage dissimulé, le rapport à la race est omniprésent dans la production publicitaire d'Air France. L'empire colonial français (et son héritage post-colonial) est un atout stratégique de premier plan. Il permet à Air France d'exploiter un large réseau qui lui vaut sa renommée commerciale. Afin de mettre en avant « ce plus long réseau du monde », la compagnie exploite largement une iconographie coloniale, dont la subalternité des corps indigènes est soulignée par la primitivité de leurs moyens de transports (pirogues, chameaux, charrettes, etc.). La domination technologique de l'Occident est pleinement réalisée dans l'aviation, qu'on peut à plusieurs égards comprendre comme un artefact de la blanchité. À la suite des guerres d'indépendance, le rapport à la race se reconstruit dans le dispositif touristique, comme le démontre l'ouverture des îles du Pacifique à l'aviation commerciale. Enfin, ces identités sont particulièrement travaillées par les rapports de genre. Du fait de sa proximité à la guerre et à la technique, la culture aéronautique a fourni de nombreuses représentations héroïques de la masculinité, telles que le pilote, le commandant de bord ou, plus tardivement, l'astronaute. À travers la médiatisation de ces figures populaires, Air France cherche à lier le destin de son salariat à celui des pionniers de l'aviation. Plus largement, la compagnie cherche à assimiler sa clientèle à ce grand triomphe moderne. Si la fascination pour la technologie aérienne, pour son usage et ses promesses, se décline essentiellement au masculin, l'étude des hôtesses de l'air montre néanmoins que le discours moderne investit tout autant la féminité. En devenant un objet de consommation ordinaire des classes supérieures, le service aérien contribue à la fabrique quotidienne du système de genre.

Hégémonique, le récit de la modernité s'articule au système géopolitique. Porté par l'Europe coloniale tout au long du XIX^{ème} siècle, il se réinvente après 1945 dans la domination économique, militaire et culturelle des États-Unis sur le monde occidental. La modernisation de la France se confond avec son américanisation. Cette recomposition des rapports de force internationaux se traduit par la puissance d'attraction qu'exerce le système économique états-

unien sur le reste des pays industrialisés. Entre 1945 et 1980, les grandes compagnies aériennes sont toutes états-uniennes et imposent leur agenda commercial ; pour survivre à cette concurrence, Air France doit systématiquement s'aligner sur elles. Dans les années d'après-guerre, les états-unien·ne·s représentent le plus grand volume de passager·ère·s internationaux. Le service à bord s'élabore en partie en fonction de cette clientèle, dont l'apport de dollars sur le sol français intéresse les autorités nationales. Le destin de l'hôtesse de l'air française est largement influencé par la trajectoire de ses homologues états-uniennes, depuis sa fonction à bord jusqu'à son esthétique et son érotisation. L'histoire des femmes navigantes permet de retracer les « mouvements culturels » de l'hégémonie. En empruntant à Spinoza l'idée que les affects sont l'essence des comportements sociaux et qu'ils se cristallisent dans des institutions régulatrices, on peut définir la reconstruction nationale d'après-guerre comme un moment typique de restructuration affective. L'expression « battre le fer pendant qu'il est chaud » est une illustration utile pour se figurer ces moments de chauffe, puis de refroidissement du monde social ; il s'agit pour les forces sociales, aux complexions affectives largement différenciées par la dite séquence de chauffe, de reforger des institutions cohérentes par rapport à la nouvelle disposition du rapport de force. Nées dans le brasier de la guerre, les hôtesses de l'air françaises sont des représentations qui portent les plis du récit hégémonique. Nous observons trois grandes phases narratives du mythe de l'hôtesse. Dans le cadre de cette métaphore, elles correspondent au refroidissement, à la cristallisation puis à l'effritement de l'hégémonie héritée de la seconde guerre mondiale.

La fonction de l'hôtesse dans le dispositif moderne

Entre 1945 et 1954, l'hôtesse de l'air sert à « capturer » un objet de modernité. La jeune aviation commerciale reste effrayante et étrangère aux sociétés européennes, marquées par la guerre et les bombardements. En déplaçant des qualités domestiques à ce nouvel espace, l'hôtesse propose un récit pacificateur de la modernité. Valorisée pour ses compétences mondaines et maternelles, la jeune hôtesse exporte la féminité à cet environnement technique encore effrayant. Capable de s'occuper des blessé·e·s, de supporter des atterrissages forcés, de parler plusieurs langues, elle se dévoue pourtant au bien être des passager·ère·s, en performant une féminité disponible et discrète. Malgré sa faiblesse numérique, elle suscite l'engouement médiatique. L'hôtesse cristallise les promesses de la régénération nationale après la guerre. Elle incarne un projet de genre idéal, associant les scripts traditionnels à ceux plus innovants de la modernité. Elle entretient également l'héroïsme de la féminité française – lorsque cette dernière

convoque la défaite et la honte –, tout en proposant une image optimiste, souriante et professionnelle. Cette ambivalence de statut se retrouve particulièrement dans le célibat contractuel, réduisant les possibilités du métier à l'état d'une passerelle maritale. L'hôtesse de l'air d'Air France ressemble au discours commercial de la compagnie : elle est un rayon de soleil qui vient percer les nuages noirs, accumulés pendant la période sombre. Or ce rayon est par nature éphémère. L'hôtesse de l'air propose de maintenir la féminité sous le giron du mariage et de l'amour hétérosexuel, car entièrement à disposition des autres et du regard masculin.

Entre 1954 et 1970, l'hôtesse vient célébrer le projet moderne. Elle supporte le nouveau registre discursif, celui d'un monde facilité et confortable. L'usage quotidien de la technologie, accessible sous une forme marchande, se transforme en une économie du bonheur. Les horreurs de la seconde guerre mondiale s'éloignent, la croyance dans le dispositif moderne est restaurée. L'environnement aérien s'impose comme un symbole. Il est à la fois une vitrine du développement technologique et scientifique, une nécessité économique dans la mondialisation des flux commerciaux, un signe culturel de la puissance et du développement des pays industriels. Entre 1954 et 1960, Air France se prépare à l'ère de la réaction à travers la modernisation de son identité commerciale. La fonction symbolique de l'hôtesse consiste alors à accompagner les usager·ère·s de l'aviation civile, dans cette transition d'état qu'opère la modernité. À l'image de l'ange décrit par Jean Cassou, elle veille sur ces hommes qui émergent d'un long cauchemar, décidés à être heureux. L'hôtesse d'Air France garde encore les plis militaires, cantonnée à ce rôle domestique et de discrète sollicitude. Entre 1960 et 1970, l'hôtesse de l'air change de fonction. La modernité des années 1960 s'impose selon le registre de la facilité et du loisir, à travers les promesses qu'incarne l'ère de la réaction. Air France opère une féminisation de son image de marque. Douce, sophistiquée, souriante, la féminité de l'hôtesse incarne ces nouvelles dispositions. Pour accompagner le déploiement de la réaction, les représentations de l'hôtesse investissent une scène médiatique et culturelle beaucoup plus large. L'hôtesse s'impose comme un modèle de féminité incontournable, que les compagnies aériennes veulent sensuelle, assumée et optimiste. Sa mise à disposition se colore d'une proposition sexuelle et érotique. D'un rôle d'accompagnement et de protection, l'hôtesse bascule vers une fonction de service et de divertissement. Malgré l'augmentation de l'embauche féminine et la fin du célibat contractuel en 1963 (qui signifie un prolongement des carrières), les hôtesses de l'air n'investissent pas sur le long terme la profession navigante, qui demeure structurellement inégalitaire.

Entre 1970 et 1991, l'hôtesse de l'air incarne elle-même, en tant que sujet social, les nouvelles propositions de la modernité. Dans un contexte de ralentissement économique et de crise du travail, le discours moderne se réarticule autour de l'individu. La modernité se restructure autour des subjectivités en délaissant son narratif d'ordre civilisationnel, davantage mobilisé lors des guerres coloniales et dans la lutte idéologique de la guerre froide. Le prestige historique de l'aviation civile s'étiole mais sans disparaître. Son usage normalisé devient constitutif dans l'élaboration des identités modernes, en partie grâce à l'assimilation totale de l'aviation par le dispositif touristique. L'hôtesse de l'air performe les signes du bonheur hégémonique, qu'ils soient esthétiques ou émotionnels. Elle présente un corps souvent jeune, dynamique, ensoleillé et entretenu par le sport. Elle reste disponible et efficace dans son service, souriante et chaleureuse. Elle est capable de s'émanciper par le travail, car son cadre professionnel lui offre toutes les libertés et une ouverture sur le monde. Grâce à la révolution sexuelle, la sexualisation de son image trouve une résonnance positive et cohérente avec la nouvelle herméneutique du sujet moderne. Sur la même séquence, l'hôtesse éprouve très fortement les dissonances de la modernité. Si ses conditions salariales s'améliorent (recul de l'âge de la retraite, meilleures conditions de prise en charge du congé maternel, etc.), l'environnement professionnel et les gestes associés se détériorent à cause de la massification du transport aérien. S'il est trop exigeant de sourire pour la clientèle, l'hôtesse peut sourire pour elle-même ; la vie navigante lui offre un accès à des pratiques valorisées socialement (le voyage, la rencontre, la mobilité). La part grandissante des salariées avec plusieurs enfants à charge s'oppose cependant à ce projet de féminité. En cumulant l'organisation de la vie domestique et la vie professionnelle, les hôtesses éprouvent, au même titre que l'ensemble des femmes salariées, les paradoxes de l'émancipation par le travail.

L'hôtesse de l'air, un artefact de la féminité accentuée

Du fait de sa centralité dans la production d'identités hégémoniques, l'hôtesse de l'air représente sans aucun doute un modèle de féminité accentuée. L'usage de la féminité, dans le cadre d'un service, permet de consolider les positions de genre et de classe qui traversent l'ensemble des pratiques sociales. L'hôtesse de l'air réaffirme la puissance économique, masculine, hétéronormée de ses passagers. Il s'agit pour les navigantes de fabriquer dans la pratique quotidienne des normes relationnelles, en accord avec les prescriptions hégémoniques. Le principal savoir faire de l'hôtesse est de savoir se situer socialement. La féminité accentuée existant dans un rapport privilégié à la masculinité hégémonique, l'hôtesse doit par conséquent

savoir se situer par rapport à cette dernière, selon une série de qualités définies par Air France. L'hôtesse doit premièrement être féminine, en performant la sollicitude, l'empathie et une attitude sacrificielle. Son devenir social est celui d'une épouse et d'une mère. En tant qu'épouse adéquate des « hommes qui réussissent », l'hôtesse de l'air doit être bourgeoise. Elle sait être mondaine, fait preuve de culture et de répartie. Elle contribue à valoriser les personnalités qu'elle « reçoit », à travers l'art de la conversation et des techniques de corps, ramenant la discussion dans des espaces confortables et maîtrisés par la clientèle, pour s'assurer que cette dernière soit toujours en maîtrise de la situation émotionnelle.

En tant que femme sélectionnée selon des critères esthétiques, l'hôtesse doit être toujours séduisante. Sa capacité à séduire dépend de sa capacité à performer les critères de la beauté hégémonique. Sur la période étudiée, l'hôtesse est représentée comme blanche, jeune, mince, avec une dentition parfaite. Le terme de « fraîcheur » serait sans doute le plus approprié. L'hôtesse ne peut porter sur elle les stigmates de la fatigue. Elle ne peut pas non plus dévoiler qu'elle se maquille. Jusque dans les années 1970, Air France impose un maquillage discret mais efficace, autorise progressivement les accessoires de mode tout en régulant leur « exubérance ». La beauté de l'hôtesse est celle que l'on prête à la parisienne : élégante, discrète, homogène (aucun endroit du corps ne peut être délaissé, du cheveu sur la nuque aux ongles de pieds), sophistiquée au point de paraître naturelle. Importée du glamour états-unien, l'esthétique de la fraîcheur se couple à une certaine rigueur française. Soumises à l'inspection constante de leur coiffure, de leurs accessoires et de leur démarche, les hôtesses doivent surveiller leur esthétique de manière permanente, notamment à travers la régulation de leur ligne par l'activité physique.

Dans son rapport à la clientèle, l'hôtesse de l'air doit par ailleurs être compétente. Dans les années d'après guerre, son niveau de qualification et la maîtrise de langues étrangères attestent d'une trajectoire scolaire exigeante et d'une origine sociale bourgeoise. En vol, elle doit incarner la confiance, rassurer les personnes effrayées, calmer les personnes énervées et souvent alcoolisées. Elle doit pouvoir s'occuper des enfants, des bébés, des personnes malades ou à l'article de la mort. L'hôtesse doit maîtriser son environnement professionnel. C'est sans doute la caractéristique de la féminité accentuée la plus novatrice. Nouvel archétype du travail féminin, l'hôtesse de l'air incarne dès la sortie de la guerre le rapport rénové du capitalisme aux femmes. En investissant des espaces professionnels prestigieux, les navigantes doivent performer leur compétence productive. Elles doivent apparaître sûres d'elles. Cette confiance est toutefois relative : responsables du bien-être et du confort de leurs passager·ère·s, elles n'ont en revanche

aucun pouvoir de décision sur leur sécurité, car cette fonction est imputable aux pilotes. La femme au travail existe dans l'ombre des hommes. Elle doit briller dans cet espace relatif aux qualités domestiques. Si les stewards partagent ce rapport diminué au personnel technique, ils investissent davantage l'environnement professionnel et syndical. Malgré des compétences presque identiques, les femmes sont souvent inférieures en grade. Les inégalités basées sur la différenciation sexuelle sont structurelles et persistantes. Elles enferment les hôtesses dans un éthos du célibat jusqu'au tournant des années 1970. La féminité accentuée investit des espaces professionnels prestigieux mais limités, garantissant un retour aux charges domestiques. Dans son rapport aux masculinités, l'hôtesse doit paradoxalement faire preuve d'autonomie tout en restant dépendante d'un potentiel mari.

L'hôtesse de l'air entretient une relation ambivalente à la sexualisation. Dans un contexte patriarcal, les hommes associent des imaginaires érotiques à la disponibilité féminine. Dès son apparition dans le paysage culturel, l'hôtesse est médiatisée dans son rapport romantique aux pilotes. Nous avons vu que ce rapport est très rapidement exporté aux passagers, toujours dans une logique de flatter le capital social et masculin des consommateurs de l'aviation civile. Bien qu'Air France ne puisse envisager une sexualisation trop évidente de son personnel féminin (qu'elle veut moralement respectable, en accord avec un héritage bourgeois), elle n'est pas en capacité de freiner le déploiement des représentations érotisées des hôtesses. La féminité hyperbolique possède un fort capital érotique, mais ne peut toutefois se restreindre à la chosification des corps féminins. Les scripts de genre hégémoniques tendent à chosifier davantage des corps subalternes, que les hommes peuvent consommer plus facilement et violemment. Au contraire, plus la femme se rapproche d'une identité hégémonique, plus l'imaginaire sexuel masculin se tourne vers des logiques de séduction. L'industrie pornographique retranscrit cette variabilité de scénarios, notamment en fonction des rapports économiques et raciaux ; si cette industrie ne propose que très peu de variations dans l'acte hétérosexuel, elle propose des modalités relationnelles très différentes en fonction du profil social de la féminité consommée[1782]. Dans sa relation au public, les hôtesses jouissent d'une

[1782] La consommation de pornographie n'est pas indépendante des expériences sociales des consommateurs. Elle reproduit sous une forme fictive des rapports sexuels réels et traversés par des rapports de domination ; d'après Michel Bozon, il est courant que les fils de bonne famille d'Amérique latine s'initient sexuellement avec des employées domestiques. Ce scénario est largement reproduit dans la culture pornographique occidentale à travers la « *latina maid* », offerte à la consommation de l'homme blanc. Dans la même dynamique, les femmes d'Europe de l'Est sont saisies dans un rapport de dépendance économique et de prostitution, même si elles ne sont pas professionnelles. Un homme peut agiter des billets devant n'importe quelle femme pour obtenir des faveurs. À l'inverse, une industrie comme Vixen Media Group met en image une féminité glamour associée au luxe, insistant sur la sophistication du rapport préliminaire (restaurant, textos, etc.).

potentialité sexuelle valorisante. Elle se dégrade néanmoins, à mesure que s'étiole le prestige lié au transport aérien. En revanche, dans sa relation à l'équipage, l'hôtesse souffre beaucoup plus visiblement de discriminations sexistes, que ce soit à travers les propositions déplacées des « Seigneurs de l'Atlantique », ou à travers les gestes quotidiens des stewards. Malgré la subordination de la masculinité de ces derniers à celle des pilotes, ils profitent toutefois de leurs dividendes patriarcaux. L'hôtesse bénéficie d'une aura d'autorité vis-à-vis de la clientèle qu'elle ne possède pas dans les relations d'équipage. Elle est d'autant plus vulnérable dans son rapport aux pilotes, souvent plus âgés, plus expérimentés et assumant une masculinité hégémonique reconduite par l'entreprise et le champ médiatique. Les récentes polémiques autour d'Air France attestent de la longévité de ce système historique, articulant les rapports professionnels aux dynamiques genrées.

La fabrique des représentations contemporaines

La sexualisation des hôtesses de l'air montre que l'industrie aérienne ne peut pas entièrement contrôler les représentations de leur personnel. Nous identifions plusieurs phases à la circulation de ces mythologies genrées : la fabrication, l'exportation et la transformation. Elles prennent d'abord leurs racines dans la production commerciale des compagnies aériennes. Air France confère à l'hôtesse de l'air une fonction publicitaire. L'encadrement fabrique une féminité à travers la sélection des candidates, leur formation, leur contrôle dans l'environnement professionnel et l'élaboration de leur cahier des charges (qui inclue une mission de représentativité). Le mode de présence féminin, ainsi élaboré, possède une vocation médiatique. En tant que mythologie, l'hôtesse de l'air est un produit du secteur marchand. Son apparition est conditionnée aux objectifs de productivité et de concurrence.

Afin d'optimiser son produit, Air France consolide des alliances avec des secteurs économiques stratégiques. Son rapprochement avec l'industrie cosmétique, la haute couture et la gastronomie confère à la compagnie une aura prestigieuse qui, associée à des marchés capitalisant sur les affects nationaux, possède un très bon niveau de reconnaissance internationale. Ce sont des espaces privilégiés de l'élaboration de la féminité accentuée, car ils en orientent les pratiques de consommation (Lancôme, Dior, Balenciaga, etc.). En s'imposant comme un visage de la nouvelle modernité, l'hôtesse devient une vitrine publicitaire efficace pour le secteur de la mode. Habillée, maquillée et parfumée par les grandes marques, la mission de représentativité commerciale des navigantes s'élargit à de nouveaux espaces. En circulant amplement dans le champ de la mode féminine, le visage de l'hôtesse intéresse d'autres publics,

féminisés et rajeunis dans les années 1960. Cette phase d'exportation de la féminité de l'hôtesse de l'air engage différents acteurs (secteur publicitaire des entreprises, médias publics et privés, secteur de l'évènementiel, etc.) et dilue la capacité d'intervention d'Air France. La compagnie aérienne, bien que directement impliquée dans ces partenariats, ne peut cependant plus contrôler les modalités d'exhibition de son personnel. La ritualisation de l'apparition des hôtesses de l'air dans différents secteurs économiques l'érige en produit culturel.

Pour devenir mythologies, les représentations de l'hôtesse de l'air connaissent une phase de transformation. L'industrie culturelle se saisit des images en circulation de manière autonome. Elle leur associe toutes sortes d'attributs : on prête à l'hôtesse une activité romantique, une disponibilité sexuelle, un instinct aventurier, un appétit pour le voyage ou encore un certain héroïsme. On observe souvent une combinaison de plusieurs de ces traits, à l'instar du personnage *Natacha*. La littérature au sens large, le cinéma, la chanson ou encore les jeux pour enfants investissent la figure de l'hôtesse pour en travestir les signifiants. Les compagnies aériennes ne possèdent aucun pouvoir sur ces produits, qui circulent dans l'ensemble du corps social sous des formes diverses. En tant que visage institué de la féminité accentuée, c'est bien l'érotisation et la sexualisation de l'hôtesse qui semblent les plus élaborés.

Les dissonances d'une profession saisie dans sa dimension représentative

Les trois phases que nous venons de décrire se superposent. Les représentations de l'hôtesse conditionnent sa matérialité, autant que sa matérialité conditionne ses représentations. Par exemple, au tournant des années 1960, la sexualisation des hôtesses transforme nettement les politiques managériales des compagnies aériennes aux États-Unis. Les représentations en circulation exercent un pouvoir d'attraction non négligeable sur les jeunes candidates aux postes d'hôtesses, notamment à travers la littérature pour jeunes filles. Les collections *Marabout Junior*, *Carrières* ou de la *Petite Bibliothèque Rose* mettent en scène un métier idéal pour les femmes, où se mélangent aventure, passion, héroïsme. Ces représentations contribuent par ailleurs à dévaluer la profession. La tension structurante de la profession PNC, celle qui oppose leur rôle commercial à leur rôle de sécurité, se retrouve dans le rapport des hôtesses aux mythologies qui leur sont associées. Conditionnées à leur fonction de disponibilité – qui s'observe sous la forme dévaluée de « simples serveuses » jusqu'à des formes sexualisantes plus outrancières – les hôtesses cherchent à faire valoir leurs qualités professionnelles. Ce que les hôtesses belges syndiquées expriment avec conviction se retrouve sous des formes davantage dissimulées chez

Air France. Ces dissonances se font plus vives à mesure que les hôtesses se professionnalisent et investissent la carrière aérienne (fin du célibat contractuel, augmentation de l'âge du départ à la retraite, amélioration des conditions de congé maternité), et à mesure que l'aviation commerciale se normalise et se massifie. Notre travail a pu identifier le rôle clé et déterminant de l'encadrement émotionnel dans la gestion de ces dissonances. Ce sont les « hôtesses mères » qui opèrent la rupture la plus nette avec les imaginaires dominants. Fraction du personnel non négligeable au tournant des années 1980, elles incarnent la fin du mythe de l'éternelle disponibilité.

Il est enfin intéressant de noter que malgré la faiblesse numérique des hôtesses de l'air en Europe, elles ont modifié le paysage légal à deux reprises. Côté français, la jurisprudence des « époux Barbier » modifie le pouvoir administratif des sociétés nationales en charge d'un service public. En Belgique, le cas Defrenne débouche sur l'application de l'égalité salariale dans les États membres de l'Union Européenne. Ces conflits sont directement issus des contradictions que génère la féminisation du secteur tertiaire et signalent l'importance du métier d'hôtesse dans l'élaboration des politiques salariales.

ANNEXES

Grille d'entretien

Je remercie Nathalie Lapeyre pour son aide dans l'élaboration de cette grille d'entretien. Les discussions envisagées sur la base de cette grille durent entre 1h30 et 2h selon un mode semi-directif.

I. Questions personnelles

1° Quel est votre parcours personnel ?

- Situer l'interrogé·e dans son milieu social.
- Connaître son niveau de formation (professionnelle, universitaire, etc.).
- Connaître son évolution objective de carrière et de vie professionnelle (qui n'est pas forcément restreinte au métier PNC).

2° Avez-vous toujours eu envie de devenir PNC ?

- Interroger le rapport à l'aviation de manière générale.
- Interroger le rapport au désir de voler, au désir de voyager.
- Question introductive de la dimension mythique du PNC : rapport au mythe « hôtesse », rapport au mythe « steward ».

II. Le travail en cabine

3° En quoi consiste le travail PNC ? À t-il beaucoup changé entre le début de votre carrière et votre retraite ?

- Identifier le conflit historique pour la reconnaissance professionnelle entre fonction commerciale et fonction de sécurité.
- Identifier les transformations du métier et leur répercussions sur la vie salariale (codification croissante du travail en cabine, libéralisation du transport aérien, etc.)

4° Pouvez-vous me raconter une journée de travail en début de carrière et en fin de carrière ?

- Comprendre l'évolution du métier selon son vécu.
- Dresser un panorama (après analyse comparative) des moments clés du travail en cabine et des rituels professionnels, ainsi que leur recodification avec l'expérience et l'âge.

5°*D'après le récit personnel de carrière* : Quel poste hiérarchique préfériez-vous ? Pourquoi ?

- Interroger l'importance de la responsabilité en vol comme source de valorisation professionnelle.
- Interroger plus spécifiquement les modalités de la promotion.

6° *D'après le récit personnel* : Quel type de vol est-il votre favori : long-courrier, moyen-courrier, court-courrier ? Pourquoi ?

- Comprendre qu'est-ce qui fait l'attrait et les inconvénients de chacun de ces vols selon les caractéristiques croisées de la vie d'équipage, la vie familiale, la fatigue et le plaisir professionnel.
- Interroger la très probable transformation des goûts du PNC pour les types de voyage en fonction de son âge et de son état émotionnel.

7° *D'après le récit personnel* : Quel appareil était votre préféré ? Pourquoi ?

- Analyser l'impact professionnel et routinier de l'aspect technologique d'après les normes de confort (déplacement, taches professionnels, bruit, etc.) et de sécurité (nombre d'accidents).
- Interroger le cas spécifique de Concorde (qui bénéficie d'un service particulier) dans la perspective du rapport au luxe et de nouveau au prestige social.

8° Quel est, selon vous, la meilleure partie dans le travail PNC ? (Orienter la discussion vers la division du travail entre : service commercial, service relationnel, taches manuelles / taches intellectuelles, rôle autour de la sécurité).

- Comprendre comment sont perçues les différentes compositions du travail en cabine selon les PNC.
- Interroger le rapport aux appareils : exemple du gros porteur, qui sollicite davantage de taches « manuelles » (cantine, plier les couvertures, etc.) en augmentant considérablement le nombre de passager·ère·s.

III. Le rapport aux client·e·s

9° *D'après le récit personnel* : En quelle classe préfériez-vous travailler ? Pourquoi ?

- Comprendre quelles sont les différences sensibles et protocolaires dans le traitement de la clientèle (en fonction de la période historique : 1ère classe / 2nde classe / classe affaire / classe vacance, etc.).
- Interroger le rapport professionnel au prestige social des passager·ère·s.
- Interroger le rapport spécifique aux grandes personnalités.

10° De manière plus générale, quelle est votre rapport au client ?

- Essayer de délimiter la frontière fine et délicate entre travail de service et servitude (A. Jeantet, 2003).
- Connaître les tactiques d'évaluation du passager et la pertinence de ces tactiques.

11° Quels étaient les problèmes les plus fréquents que vous rencontriez ? Comment les neutralisez-vous ?

- Interroger le savoir-faire qui permet de situer le « danger », de réduire l'imprévisible, de neutraliser le « mauvais client ».
- Interroger la fabrique de stratégies collectives venant se prémunir des « mauvais comportements ».

12° Quel est le profil type du meilleur client ? Celui qui voyage beaucoup, qui voyage moins, qui part en vacance, en affaire, etc. ? Comment vous comportiez-vous avec lui ?

- Interroger les techniques commerciales et leur application depuis le vécu des salarié·e·s. Comment se comporter avec la clientèle fidélisée par Air France (selon les différents programmes commerciaux en fonction de l'époque) ?
- Interroger le rapport aux mots, aux postures et aux corps.
- Analyser un potentiel rapport entre classe sociale et « savoir-vivre » en avion.

13° Quelle est votre meilleure anecdote du bon client ? Du mauvais client ?

IV. Le rapport à l'équipage

14° Quelle est l'importance de l'esprit d'équipage dans votre métier ? Pourquoi ?

- Identifier le rôle de l'équipe dans la construction professionnelle (esprit de camaraderie, « relais » émotionnels, etc.).
- Comprendre les changements structurels amenés par la dérèglementation du transport aérien depuis la perspective du travail PNC : rotation des équipages plus élevée, moins de temps en escale sur les long-courriers, etc.

15° Quels sont les meilleurs moments de la vie d'équipage ? Comment apprend-on à se connaître entre membres de l'équipage ? Y'a t-il des moments privilégiés ?

- Comprendre comment se structure la vie collective autour des rituels professionnels (exemple long-courrier : vol aller, escale, rotation, vol retour, retour chez soi)
- Identifier « les moments » et les espaces d'échange intimes entre PNC pour amorcer les questions autour de la sexualité.
- Interroger les espaces de travail et de détente collective en interrogeant les corps. Dans quelle mesure le corps est-il contraint par l'espace réduit et sécurisé de l'avion ? Quels codes corporels adopter avec ses collègues ?

16° De quoi parlent les PNC entre eux pendant les moments de repos sur les vols ?

- Mesurer la place des « ragots » dans les conversations, mesurer la place de la vie familiale et sexuelle dans la construction collective de l'identité PNC.

17° Quels sont les rapports aux pilotes et aux commandants de bord pendant le vol ? Pendant les temps hors vol ?

- Interroger les multiples rapports entre pilotes et hôtesses, entre stewards et pilotes, compte tenu du niveau d'endogamie réel et des mythologies courantes qui accentuent la répartition genrée des taches (Barnier, 2014).

V. Le rapport à l'entreprise

18° Êtes-vous content·e d'avoir travaillé pour Air France ? Pourquoi ? Qu'est-ce qu'offre la compagnie ?

- Interroger, depuis la perspective de l'employé·e, les méthodes de la compagnie pour créer « l'esprit d'entreprise ». Quelles similitudes entre dans le discours managérial et le discours marketing (le premier dirigé vers la cohésion interne, l'autre vers l'image commerciale extérieure) ?
- Comprendre comment se joue l'identification à la compagnie : selon l'appartenance à « l'équipage » ou bien au « commercial » ?

19° Êtes-vous syndiqué·e ? Depuis combien de temps ? Quelle importance du syndicat dans votre métier ?

- Mesurer l'importance du corporatisme dans la profession et celle de l'idéologie politique.

20° Comment étiez-vous informée des évolutions de votre métier ? Quelle revue d'entreprise lisiez-vous, Memovol, France-Aviation, etc. ?

- Interroger le rapport à la propagande d'entreprise
- Questionner le rapport réel des PNC aux sources étudiées.

21° Est-ce que vous avez participé à des concours d'amabilité ? Ou d'autres concours de ce type organisés par l'encadrement ?

22° Avez-vous participé à des actions sociales ? Lesquelles ?

VI. Le rapport aux corps

23° *D'après les réponses précédentes* : Est-ce important d'être *beau* ou *belle* ? Quand vous quittez votre uniforme, est-ce important de maintenir un certain standing ? Pourquoi ?

- Interroger le rapport à la beauté et à la séduction

24° Comment un PNC peut-il avoir une vie familiale « traditionnelle » ? Avez-vous connu des situations compliquées impliquant des amantes ou des amants ? Est-ce vraiment commun de s'établir avec un autre navigant ?

- Interroger la stabilité de la construction familiale et amoureuse.
- Interroger le niveau d'endogamie de la profession depuis la perception qu'en ont les PNC : est-ce sujet à « ragot » ?
- Quel modèle amoureux idéal circule parmi le personnel en cabine ?

25° Vous savez sans doute que votre profession exacerbe les fantasmes. Dans la presse contemporaine, par exemple, lorsque une hôtesse témoigne, on lui pose souvent la question des relations sexuelles dans la cabine (entre navigants, entre navigants et passagers, entre passagers). Qu'en pensez-vous ?

- Interroger directement la perception des PNC des mythes qui circulent à leur sujet et leur rapport à leur sexualisation.

26° De manière générale, quel est votre rapport au sexe ? Diriez-vous que, chez les navigant·e·s, c'est un sujet délivré de certains tabous qui existent « au sol » ?

- Détailler quels sont les liens entre l'imaginaire de l'aviation (voyage, exotisme, prestige) et la « libération sexuelle ».

27° *D'après la réponse précédente* : Quelle est la place de l'homosexualité dans votre profession ?

- Tenter d'évaluer les pratiques sexuelles du personnel en cabine comparativement aux pratiques sexuelles générales
- Interroger le mythe du steward homosexuel depuis la perspective PNC.

Utilisation des archives

Type d'archive	Institution / Secteur de production	Fonds / collection	Dossier / revue / journal	Lieu / côte	Critère d'intérêt
Archives d'entreprise	Air France	Conseil d'administration	Rapports d'activité (1949-1990)	Musée Air France	Fondamental
		Direction générale	Directives	Musée Air France et AN (20180302/113)	Très Important
			Notes et communication	Musée Air France	Important
		Direction du personnel	Bilans sociaux (1949-1990)	AN (20150415/198 ...)	Fondamental
			Méthodes d'encadrement	Musée Air France et AN(20180302/220 + 20180302/205)	Très Important
			Annuaires statistiques du personnel	AN (198840539/5)	Fondamental
		Direction du Transport	Division administration du personnel (licenciement, engagement, promotion sélection)	Musée Air France et AN (20180301/12	Très Important
			Division des opérations aériennes (escales, hébergement)	Musée Air France et AN (20180301/181-183)	Peu Important
			Manuels techniques PNC	Musée Air France et AN (20180301/12)	Fondamental
			Centre PNC (stages)	Musée Air France	Important
		Direction commerciale	Campagnes commerciales	Musée Air France et AN (20180301/124)	Fondamental

			Spots publicitaires	AN (20180302/267 – 268)	Peu Important
			Affiches	Musée Air France, AN (20150467/727/2) et Gallica	Important
			Bulletins horaires	Musée Air France	Important
			Relations à la presse	Musée Air France et SNPNC	Peu Important
			Division Concorde	Musée Air France et AN (20160117/6-9)	Important
			Dossiers uniformes	Musée Air France et AN (20180302/268)	Important
		Revues d'entreprise	*France Aviation* (1954 - 1990). 375 numéros	Gallica	Fondamental
			Air France Revue (1946-1968) 38 numéros	Gallica	Important
			Terre et Ciel (1946-1948) 15 numéros	Gallica	Peu Important
			Cadrages (1970-1988)	AN (20180302/208)	Peu Important
	Air Inter	Direction du personnel	Enquête sur la formation PNC	AN (/20150488/1529 + 20150488/1897)	Peu Important
	Air Algérie	Direction du personnel	Règlement du PCB	AN (19760070/19)	Important
Archives syndicales	SNPNC (1955 - 1990)	Activité syndicale	Correspondance avec la Direction (négociations et conflits)	Fonds SNPNC et AN (20180302/256)	Très Important
			Correspondance interne (structuration)	Fonds SNPNC	Très Important
		Publications	*La Ligne*	Fonds SNPNC + Musée Air Fonds Air France	Important
			Memovol	Musée Air France et AN (20180302/220)	Important

	SNOAM (1948 - 1957)	Activité syndicale	Correspondance avec la Direction (négociations et conflits)	Fonds SNPNC	Fondamental
			Correspondance interne (structuration)	Fonds SNPNC	Très Important
Archives institutions publiques	Ministère des Transports	Bureau des grandes compagnies aériennes	Bilans d'activité	AN (198840539/4 - 6)	Important
			Statistiques du trafic	AN (18930384/4 - 7)	Important
		Direction des transports terrestres	Conflits Air France	AN (19820716/79 - 82)	Important
	SFASA		Formation des pilotes et licences de vol	AN (19820645/1 - 3)	Peu Important
			Bilan d'activité aérienne	AN (19820645/4 - 7)	Peu Important
			Etudes d'impact de l'aviation	AN (19820645/10)	Important
	DGAC		Dossiers de délivrance CSS	AN (19760090/24 - ...)	Important
			Etude sur les salaires dans l'aéronautique	AN (19850336/4)	Peu Important
	Gouvernement	Journal Officiel	Statut officiel du PNC	Numérisé	Fondamental
	Administrations judiciaires	Contentieux administratifs	Litige entre la compagnie et son personnel	Numérisé	Très Important
Presse	Quotidiens nationaux		*Le Monde*	Archives privées numérisées	Important
			Le Figaro	Archives privées numérisées	Peu Important
	Presse spécialisée	Aéronautique	*Icare*	Gallica	Peu Important
			Pégase	Gallica	Peu Important
		Médicale	/	Fonds SNPNC	Important

	Presse étrangère		*News-Week* (1952-1981)	Musée Air France	Très Important
Production culturelle	Production littéraire	Revues et magazines	*Elle*	Archives privées numérisées	Peu Important
			Playboy	Archives privées numérisées	Important
		Littérature	/	/	Fondamental
		Romans érotiques	/	/	Important
	Production cinématographique	Fictions	/	/	Très Important
		Documentaires	/	Archives de l'INA	Fondamental
		Film pornographiques	/	/	Peu Important
Témoignages	Entretiens		/	Données personnelles	Fondamental
	Publications	Autobiographies	/	/	Fondamental

BIBLIOGRAPHIE

ABITBOL Michel, « Le Maroc de Lyautey », dans *Histoire du Maroc*, Perrin, 2014, pp. 413-445

ACCOULON Damien, « *Ciel des hommes*: Gender Perspective on Early Aviation in France and Germany (1903-1939) », *Nacelles* [En ligne], 12 | 2022, mis en ligne le 20 juin 2022, consulté le 30 mai 2023. URL : http://interfas.univ-tlse2.fr/nacelles/1631

ACCOULON Damien, « Capitaliser la guerre dans les airs : Représentations et usages des « chevaliers du ciel » en Allemagne, France et Grande-Bretagne (1914-1939) », *20&21. Revue d'histoire*, n°148, 2020/4, p. 81-99,

ACCOULON Damien, DUFOUR Tom, « Des airs genrés ? », *Nacelles* [En ligne], 12 | 2022, mis en ligne le 20 juin 2022, consulté le 01 novembre 2023. URL : http://interfas.univ-tlse2.fr/nacelles/1618

ACHIM Catherine, *El capital erótico, el poder de fascinar a los demás,* Debate, Barcelona, 2012, p. 247

ADORNO Theodor W., « Temps libre », *Modèles critiques*, 1969, trad. M. Jimenez et E. Kaufholz, Paris, Payo, 2003, pp. 205-215

AGAMBEN Georgio, *Qu'est-ce qu'un dispositif*, Rivages Poche, 2014, 80 p.

AHMED Sara, *The Promise of Happiness,* Duke Universtity Press, 2010, 328 p.

ALIS David, « Travail émotionnel, dissonance émotionnelle et contrefaçon de l'intimité ». Isabelle Berrebi-Hoffmann. *Politiques de l'intime. Des utopies sociales d'hier aux mondes du travail d'aujourd'hui*, La Découverte, chapitre 11, 2009,

AUDIER Serge, *La pensée anti-68*, La Découverte, 2009, 433 p.

ARANGO GAVIRIA Luz Gabriela, « Soin de l'apparence, service au client et travail émotionnel », *in Multitudes*, n°52, 2013, pp. 180-185

ARCHAMBAULT Fabien, CHARPY Manuel, FABRE Clément, GOETSCHEL Pascale, « Histoires matérielles, table ronde avec Fabien Archambault, Manuel Charpy, Clément Fabre et Pascale Goetschel », *Revue d'histoire cuturelle XVIIIème- XXIème siècle,* n°4, 2022

AZEMA Lucie, *Les femmes aussi sont du voyage, l'émancipation par le départ*, Points, Flammarion, 2021, p. 104.

BALBIN Édith « La dérèglementation du transport aérien aux États-Unis et en Europe », *dans Synthèse,* juin 1994

BARD Christine, *Les femmes dans la société française au XX^{ème} siècle*, Paris, Armand Colin, 2001, 281 p.

BARJOT Dominique, DE FERRIÈRE Marc, LESCENT-GILES Isabelle, (dir.), *L'américanisation du monde au XX^{ème} siècle : économie, culture, politique*, Vol. 1, Publication de l'Institut de recherches historique du Septentrion, Lille, 2002, 348 p.

BARNIER Louis-Marie, *Être hôtesse de l'air ou steward,* Éditions Lieux Dits, 2011, 96 p.

BARNIER Louis-Marie, « Personnel navigant commercial, d'un savoir intuitif à un savoir d'expertise ». Formation emploi, n°2, vol. 67, numéro spécial « Activités de travail et dynamique des compétences », 1999, pp. 26-46

BARNIER Louis-Marie, 1992, Entre service public et service privé, La valorisation du travail dans le transport aérien [thèse de doctorat en Lettres et Sciences Humaines, Université Paris X – Nanterre], 446 p.

BARNIER Louis-Marie, « Entre service public et service privé, la valorisation du travail dans le transport aérien », thèse de doctorat en sociologie, sous la direction de Patrick Rozenblatt, Université Paris X, Nanterre, 2004. 446 p.

BARNIER Louis-Marie , « Hôtesses de l'air : de la statue iconisée au statut revendiqué », *Nacelles* [En ligne], 12 | 2022, mis en ligne le 20 juin 2022, URL : http://interfas.univ-tlse2.fr/nacelles/1669

BARRY Kathleen M., *Feminity in Flight: A History of Flight Attendants,* Radical Perspectives, 2007, 328 p.

BARTHES Roland, « Rhétorique de l'image », dans *Communications,* n°4, 1964, pp. 40-51

BAUDELOT Charles, LEBEAUPIN Anne, « Les salaires de 1950 à 1975 », *Économie et statistique*, n°113, 1979.

BELMENOUAR Safia, *Bons baisers des colonies*, Editions Alternatives, 2007, 143 p.

BENSOUSSAN Mathieu, « Chapitre 4 : Le syndicat des personnels navigants », dans Françoise Piotet (dir), *La CGT et la recomposition syndicale*, PUF, 2009, pp. 123-159.

BERLIÈRE Jean-Marc, LÉVY René, *Histoire des polices en France : de l'ancien Régime à nos jours* Nouveau Monde Éditions, 2011, p. 318

BERNARD Conein, « Voir la femme et acheter : éthographie des photographies publicitaires » *Langage et société,* n°69, 1994. pp. 59-79

BERNAYS Edward, *Propaganda*, Broché, 2007, 141 p.

BERNERON-COUVENHES Marie-Françoise, « La croisière : du luxe au demi-luxe, le cas des messageries maritimes (1850-1960) », *Entreprises et histoire*, 2007, n°46, pp. 34-55

BEVORT Antoine, JOBERT Annette, *Sociologie du travail : les relations professionnelles*, Armand Colin, 2008, p. 24

BIPLAN Pierre, « Les compagnies aériennes entre la nation et la mondialisation », *Hérodote*, 2004, n°114, pp. 56-70

BLANCHARD Pascal, LEMAIRE Sandrine, *Culture impériale (1931-1961) : Les colonies au cœur de la république*, Autrement, 2011, 280 p.

BLANCHETON Bertrand, *Histoire des faits économiques, de la Révolution Industrielle à nos jours,* Dunod, 2020, p. 102.

BOLTANSKI Luc, *Les cadres*, *la formation d'un groupe social,* 1982, Les éditions de minuit, 528 p.

BOLTANSKI Luc, CHIAPELLO Ève, *Le nouvel esprit du capitalisme,* Gallimard, 1999, 843 p.

BONIS Oristelle, CRENSHAW Kimberlé W., « Cartographie des marges : intersectionnalité, politique de l'identité et violences contre les femmes de couleur », dans *Cahiers du genre,* 2005, n°39, pp. 51-82

BONIS Jean, « Les cadres, l'entreprise et l'environnement », *Sociologie du Travail*, 1969, n°3, pp. 241-258

BONNELL Victoria E., HUNT Lynn (dir.), *Beyond the Cultural Turn, New Directions in the Study of Society and Culture,* 1999, University of California Press, 361 p.

BOUCHET-VALAT Milan, *Les rouages de l'amour et du hasard. Homogamie et hypergamie dans la France et l'Europe contemporaines : dimensions socioéconomique et d'éducation, variations et mécanismes*. Thèse de doctorat en sociologie, dirigée par Louis-André Vallet à l'Observatoire sociologique du changement (OCS-CNRS), soutenue le 8 décembre 2015.

BOUFFARTIGUE Paul, « La disponibilité temporelle au travail : nouvelles formes, nouveaux enjeux », *Temps de travail et travail des temps*, Octobre 2012, Strasbourg.

BOUGLÉ-BAL SOLLIER Laure , «Hélène Boucher», *Nacelles* [En ligne], Des airs genrés ? Aéronautique et genre, Dossier thématique / Thematic Section, Aux commandes : des pilotes de tout genre ? / In the Cockpit : the Gender of Pilots, mis à jour le : 26/09/2022, URL

BOUKHRIS Linda, CHAPUIS Amandine, « Circulations, espace et pouvoir : penser le tourisme pour penser le politique, *Via*, n°18, 2016.

BOUKHRIS Linda, PEYVEL Emmanuelle , « Le tourisme à l'épreuve des paradigmes post et décoloniaux », *Via,* n°16, 2019

BOUNEAU Christophe, « La promotion de l'économie touristique, levier de la politique d'aménagement du territoire en France des années 1950 aux années 1980 », *Entreprises et Histoire*, n°47, 2007, pp. 98-108

BOURDIEU Pierre, *La domination masculine*, Seuil, 2002, 176 p.

BOURDIEU Pierre, *Méditations pascaliennes*, Seuil, 1997, 322 p.

BOURDIEU Pierre, « Remarques provisoires sur la perception sociale du corps », *in Actes de la recherche en sciences sociales,* n°14, 1977, Présentation et représentation du corps, pp. 51-54

BOSSUAT Gérard, « Le plan Marshall dans la modernisation de la France », dans Serge Berstein, Pierre Milza (dir.), *L'année 1947,* 1999, Presse de Sciences Po, pp. 45-73

BOUTEDJA Houria, *Les blancs, les Juifs et nous, vers une politique de l'amour révolutionnaire*, La Fabrique, 2016, 143 p.

BOUTON Christophe, *L'accélération de l'histoire, des Lumières à l'Anthropocène*, Éditions du Seuil, 2022, 322 p.

BOUVARD Hugo, ELOIT Ilana, QUERÉ Mathias (dir.), *Lesbiennes, pédés, arrêtons de raser les murs, luttes et débats des mouvements lesbiens et homosexuels (1970 – 1990),* La Dispute, 332 p.

BOZON Michel, *Sociologie de la sexualité*, Armand Colin, 2018, 4ème édition, pp. 130-137

BRANCHE Raphaëlle, « La masculinité à l'épreuve et la guerre sans nom », *Clio, Femmes, genre, histoire,* n°20, 2004, p.

BRAUDEL Fernand, LABROUSSE Ernest, (dir.), *Histoire économique et sociale de la France : l'ère industrielle et la société d'aujourd'hui (1880-1980),* PUF, 1982, 888 p.

BUTLER Judith *Trouble dans le genre. Le féminisme et la subversion de l'identité*, Paris, La découverte, 2005, 284 p.

CALAME Chloé, *Le Low-cost : réorganisation de la production et construction d'un discours, comment le low-cost modifie le travail du personnel navigant commercial ?* Mémoire de de recherche de master 1, sous la direction de Quentin Ravelli, ENS Ulm / EHESS, 2016.

CAPDIVELA Luc, « L'identité masculine et les fatigues de la guerre (1914-1945) », *Vingtième siècle. Revue d'histoire,* 2002, n°75, pp. 97-108

CHADEAU Emmanuel, *Le rêve et la puissance, l'avion et son siècle*, Paris, Fayard, 1996, 440 p.

CHAKER Saloua, « Les émotions dans le travail *», in Travailler,* n°9, 2003, pp. 9-18, pp. 133-161

CHAPERON Sylvie, DESCHAMPS Catherine, RETAILLAUD Emmanuelle, TARAUD Christelle, *Histoire des sexualités en France,* Armand Colin, 2024, 520 p.

CARAION Marta, *Objets en liberté*, Archipel Suisse, 2005, 222 p.

CARON Jean-Claude, VERNUS Michel, *L'Europe au XIX^ème^ siècle, des nations aux nationalismes (1815-1914)*, Armand Colin, 2019, 418 p.

CHAPMAN Herrick, *La longue reconstruction de la France, à la recherche de la république moderne*, Presse de Science Po, 2021, 257 p.

CHAPOULIE Jean-Michel, « Sur l'analyse sociologique des groupes professionnels », *revue française de sociologie,* 1973, pp. 86-114

CHAPOUTOT Johann, *Libres d'obéir, le management, du nazisme à aujourd'hui*, Gallimard, 2020, 176 p.

CHARLE Christophe, *Discordance des temps. Une brève histoire de la modernité*, Le temps des idées, Paris, Armand Colin, 2011, 494 p.

CHARTIER Roger, « Le monde comme représentation », *Annales. Économies, sociétés, civilisations,* n°6, 1989, pp. 1505-1520

CHARTIER Roger, « La nouvelle histoire culturelle existe-t-elle ? », *Les Cahiers du Centre de Recherches Historiques* [En ligne], 31 | 2003, mis en ligne le 15 septembre 2008, consulté le 02 juin 2023. URL : http://journals.openedition.org/ccrh/291 ; DOI : https://doi.org/10.4000/ccrh.291

CHASSAIGNE Philippe, *Les années 1970, une décennie révolutionnaire*, Armand Colin, 2018, 434 p.

CERVULLE Maxime, « La conscience dominante. Rapports sociaux de race et subjectivation », dans *Cahiers du Genre,* 2012, n°53, pp. 37-54

CHEVADIER Christian, « Pistes pour une histoire de la qualification des infirmières françaises », dans *Recherches en soins infirmiers*, n°139, 2019/4, pp. 31-48

CHIABARETTO Paul, COMBE Emmanuelle, *Le transport aérien,* La Découverte, 2023 128 p.

CHESSEL Marie-Emmanuelle, *Histoire de la consommation*, La Découverte, 2012,128 p.

CÎRSTOCEA Ioana, THÉBAUD Françoise, « Le genre, un enjeu crucial de la guerre froide », dans *Clio, femmes, genre, histoire*, n°57, Belin, 2023, pp. 7-22

CIUCIU Anina, « Nous représenter », *Sociétés et représentations*, 2018, n°45, pp. 107-118

CLARKE Jackie, "Work, Consumption and Subjectivity in Postwar France: Moulinex and the Meanings of Domestic Appliances 1950s-70s", in *Journal of Contemporary History*, vol 47, n°4, 2012, pp. 838-859

CLASTRES Pierre, *La société contre l'état*, Les éditions de minuit, 1972, 186 p.

CLOSON François-Louis, *Un homme nouveau. l'ingénieur économiste*, PUF, 1961, 44 p.

CLOT Yves, *Travail et pouvoir d'agir*, Paris, PUF, 2008, 312 p.

COCKBURN Cynthia, PLOUX Marie « Le matériel dans le pouvoir masculin », *in Les Cahiers du genre,* n°36, 2004, pp. 86-120

COHEN Liz, A Consumers'Republic. The Politics of Mass Consumption in Postwar America, New York, Alfred A. Knopf, 2003, 567 p.

COLASSE Bernard, « Changements sociaux-culturels et modernité, entretien avec Alain de Vulpain », *Gérer et comprendre, Annales des Mines*, n°75, 2004

COMBE Emmanuel, *Le low-cost*, La Découverte, 2019, 128 p.

CONCIALDI Pierre, « L'évolution des salaires depuis 1950 : la rupture de 2017 », Documents de travail de l'IRES, n°2, 2023.

CONNELL Raewyn *Masculinités. Enjeux sociaux de l'hégémonie,* Paris, Éditions Amsterdam, 2014, 288 p.

CONNELL Raewyn, MESSERSCHMIDT James, « Faut-il repenser le concept de masculinité hégémonique ? », *in Terrains et travaux,* n°27, 2015, pp. 151-192

CORBIN Alain, COURTINE Jean-Jacques, VIGARELLO Georges (dir.), *La crise de la virilité, Tome 3 : La virilité en crise,* (dirigé par J-J. Courtine), Broché, 2015, 592 p.

COULOMB BENJAMIN. *Vendre la beauté à la télévision en France : les trajectoires des publicités pour les cosmétiques (1969-2000)*. Histoire. Université Grenoble Alpes [2020-..], 2022. Français. ffNNT : 2022GRALH016ff. fftel-03947261f

COURTINE Jean-Jacques, « Entretien avec Jean-Jacques Courtine : la virilité est-elle en crise ? Propos recueillis par Nathalie Sarthou-Lajus », dans *Etudes,* n°416, 2012, pp. 175-185

COUSIN Bruno, LAMBERT Anne « Grandes fortunes et service personnels », *Actes de la recherche en sciences sociales,* n°230, Mai 2019, pp. 4-11

COUVY Camille, « Les concours de beauté, enjeux culturels, identitaires, politiques », dans *Sociétés et représentations,* Éditions de la Sorbonne, 2023/2, N°56, pp. 99-117

DAUPHIN Laurence, LE GARREC Marie-Anne, TADIEU Frédéric, « Les vacances des Français depuis 40 ans », dans *Le tourisme en France,* édition 2008, INSEE références, 2009.

DAR Olivier, Voyage à l'intérieur d'X-Crise, Vingtième siècle, Revue d'Histoire, 1995, n°47, pp.132-146

DEBORD Guy, *La société du spectacle*, 1967, Editions champs libre (1971), 208 p.

DE CERTEAU Michel, *L'invention du quotidien, tome 1 : Arts de faire*, Folio Essais, Gallimard, 1990, 347 p.

DELION André, Michel DURUPTY, « Chronique du secteur public économique », *Revue française d'administration publique,* 2015, n°153, p. 281-293

DEMETRIOU Demetrakis, « *Connell's Concept of Hegemonic Masculinity : a Critique* », *Theory and Society,* Vol 30, n°03, 2001, pp. 337-361

DEMOLI Yoann, SUBTIL Jeanne, « Boarding Class, mesurer la démocratisation du transport aérien en France (1974-2008) », *Sociologie,* n°10, PUF, 2019, pp. 131-151

DESPENTES Virginie, *King Kong Théorie,* Editions Grasset et Fasquelle, 2006, 160 p.

D'HOOGHE Vanessa, *Hôtesse de l'air. Origines et évolutions « d'une profession de rêve… » en Belgique (1946-1980*). Le Cri Editions, 2012. 402 p.

DIRENBERG Lucia, « Faire naître une nation moderne. Genre, orientalisme et hétéronationalisme en Iran au XIX^{ème} siècle », *Raisons politique*, 2018, n°69, pp. 101-107

DORLIN Elsa, « De l'usage épistémologique et politique des catégories de « sexe » et de « race » dans les études sur le genre », *Cahiers de genre*, 2005, pp. 83-105

DORLIN Elsa, *La matrice de la race, généalogie sexuelle et coloniale de la Nation française*, La Découverte, 2006, 300 p.

DROUET Yohann, « Affronter la crise de la modernité. Hégémonie et sens de l'histoire chez Gramsci », *Actuel Marx,* n°68, 2020, PUF, pp. 175-192

DUBEY Gérard, GRAS Alain (dir.), *L'avion, le rêve, la puissance et le doute*, Publications de la Sorbonne, 2009, p. 172

DUBEY Gérard, MARTIN Renaud « Les coulisses du ciel ». In *Quaderni*, n°44, Printemps 2001, les industries de l'évasion, pp. 89-100

DUBEY Gérard, MORICOT Caroline, *Dans la peau d'un pilote de chasse, le spleen de l'homme-machine*, PUF, 2016, 244 p.

DUCHEN Claire , « Une femme nouvelle pour une France nouvelle ? », *Clio* [En ligne], 1 | 1995, mis en ligne le 01 janvier 2005. URL : http://journals.openedition.org/clio/520 ; DOI : https://doi.org/10.4000/clio.520

DUFOUR Tom, *Résistance et résilience, l'ordinaire du travail à l'Aérospatiale dans les années 1968,* sous la direction d'Alain Boscus, université Jean Jaurès Toulouse II, 2018, 322 p.

DUPUIS-DÉRI Francis, *La crise de la masculinité, autopsie d'un mythe tenace*, Les éditions du Remue-Ménage, 2018, 320 p.

DUVAL Maurice, « Les Objets Du Rite : Le Baptême De La Ligne », *Material Culture Review*, n°48, 1998. https://journals.lib.unb.ca/index.php/MCR/article/view/17807

ELLUL Jaques, *Le bluff technologique,* Fayard, Pluriel, 2010, 748 p.

ELLUL Jaques, *La métamorphose du bourgeois,* Les Cobayes lettrés, 1967, 307 p.

ELLUL Jacques, *Le système technicien,* Le Cherche-midi, 2004, 337 p.

ESCUDIER Alexandre, « *Le sentiment d'accélération de l'histoire moderne : éléments pour une histoire* », *Esprit,* juin 2008.

ESPINEIRA Karine, THOMAS Maud-Yeuse, « Études Trans, Interroger les conditions de production et de diffusion des savoirs », *Genre, sexualité & société* [En ligne], 22 | Automne 2019, mis en ligne le 16 décembre 2019, consulté le 28 mars 2024. URL : http://journals.openedition.org/gss/5916 ; DOI : https://doi.org/10.4000/gss.5916

FALQUET Jules, FLORES ESPÍNOSA Artemisa (dir.), *Épistémologies féministes décoloniales, controverses et dialogues transatlantiques*, Les cahiers du CEDREF, Université Paris Diderot, 2019, 201 p.

FARIA Dominique, DOBSON, Alan, MONTEIRO Antonio, NUNO RODRIGUES Luís (Dir.), *L'aviation et son impact sur le temps et l'espace,* Éditions Le Manuscrit, 2019, Exotopies, Maria de Jesus Cabral; Ana Clara dos Santos, 9782304047561. ffhal-03561882f

FASSIN Didier, « Les économies morales revisitées », *Annales HSS*, n°64-6, 2009, pp. 1237-1266

FAUROUX Camille, « Les politiques du travail féminin sous l'occupation », *Travail, Genre et Sociétés,* 2019, n°42, pp. 147-153

FAYOLLE Corinne, « Les enjeux aériens de Berlin pendant la Guerre Froide (1948-1961) », dans *Guerres mondiales et conflits contemporains,* 2001/3, n°202, pp. 189-202FERE Julien, « Etude de cas téléphonie et aérien : les morts de marque, marqueurs de la transformation d'un secteur », dans Julien Féré (dir.), *Le dessous des marques,* Ellipses, 2021, 302 p.

FEHER Michel, *Le temps des investis*, La Découverte, 2017, 192 p.

FLONNEAU Jean-Marie, *Le Reich allemand, de Bismarck à Hitler (1848-1945)*, Armand Colin, 2003, 320 p.

FLORENCE-ALEXANDRE Hélène, RIBEILL Georges, *Le personnel des compagnies aériennes, les évolutions majeures de l'après-guerre à nos jours. Déterminants techniques et économiques, conséquences professionnelles*. Ministère de la recherche, Ministère des Transports, 1982, 169 p.

FOUCAULT Michel, *Surveiller et punir*, Gallimard, 1975, 375 p.

FOUCAULT Michel, *Des mots et des choses*, Gallimard, 1990, 400 p.

FOUCAULT Michel, *L'Herméneutique du sujet*, *cours au collège de France, 1981 – 1982*, Seuil, 2001, 560 p.

FOUCHÉ Nicole, « Le tourisme américain en France : un enjeu de relations internationales (1950-1970) », *Matériaux pour l'histoire de notre temps,* La Contemporaine, n°87, 2007, pp.96-106

FOURASTIÉ Jean, *Les trente glorieuses ou la révolution invisible de 1946 à 1975,* Fayard, Paris, 1979m 306 p.

FRASER Nancy, « Féminisme, capitalisme et ruses de l'histoire », *Cahiers du genre*, L'Harmattan, 2011, n°50, pp. 165-192

FREDERICI Silvia, *Le capitalisme patriarcal*, La Fabrique, 2019, 190 p.

FRIOT Bernard, *Puissances du salariat : emploi et protection sociale à la française*, Paris, Éditions La Dispute, 1998, 314 p.

FUMAROLLI Marc (dir.), *Histoire de la rhétorique moderne 1450-1950,* PUF, 1999, 1359 p.

FUREIX Emmanuel, JARRIGE François (dir.), *La modernité désenchantée, relire l'histoire du XIX*ème *siècle français,* La découverte, 2015, 420 p.

GAILLARD Pierre, *Caravelle, les ailes du renouveau,* ETAI, Boulogne-Billancourt, 2005, 272 p.

GALLOT Fanny, « Appropriations politiques des objets du travail reproductif de 1945 aux années 1980 », *Parlement, revue d'histoire politique,* n°18, 2023, pp. 177-184

GALLOT Fanny, « La revanche du soutien gorge. Le corps des ouvrières de la lingerie (1968-2012) », *Clio. Femmes, Genre, Histoire,* n°38, 2013

GASTAUT Amélie, « On Air 1933-2003, une histoire d'Air France », *Beaux-Arts Magazine* n°34, 2003, 32 p.

GAY Jean-Christophe, « Transport et mise en tourisme du Monde », *Cahiers de géographie,* collection Edytem, n°4, 2006, pp. 11-22

GENONCEAUX M., « Tout ce qui brille n'est pas or », Les cahiers du GRIF, n°4, 1974, L'insécurité sociale des femmes, pp. 44-45

GHODSEE Kristen, « Ce spectre qui hante le sexisme, les femmes soviétiques dans l'imaginaire de guerre froide américain » dans *Clio, femmes, genre, histoire*, n°57, Belin, 2023, pp. 75-94

GILET Anne, TREMBLAY Diane-Gabrielle, « Working in the Air : Time Management et Work Intensification, Challenges for Workers in Commercial Aviation », *Open Journal of Social Sciences*, 2021

GILLIGAN Carol, HOCHSCHILD Arlie, TRONTO Joan, *Contre l'indifférence des privilégiés : à quoi sert le care* », Payot, 2013 (édition française), 144 p.

GINZBURG Carlo, *Le fromage et les vers*, 2014, Aubier, 302 p.

GOFFMAN Erwing, « La ritualisation de la féminité », dans *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°14, 1977, Présentation et représentation du corps, pp.34-50

GOODLAD, Lauren M.E.; KAGANOVSKY, Lilya; RUSHING, Robert A. (eds.). *Mad Men,Mad World: Sex, Politics, Style, and the 1960s.* Durhamand London: DukeUniversity Press, 2013. 409 p.

GOURARIER Mélanie, *Alpha Mâle* : *séduire les femmes pour s'apprécier entre hommes,* Seuil, 2017, 240 p.

GOURARIER Mélanie, REBUCINI Gianfranco, VÖROS Florian, « Présentation : Penser l'hégémonie », *Genre, sexualité et société,* n°13, 2015, IRIS-EHESS, pp. 4-14

GRAS Alain, *Les macro-systèmes techniques*, PUF, Que sais-je, 1997, 128 p.

GRAS Alain, « Le pilote, l'écran et la secrétaire », *Futuribles,* 1986.

GRAMSCI Antonio, *Les cahiers de prison*, dans André Tosel (dir.), *Textes choisis,* Le Temps des Cerises, 2014, 800 p.

GREFE Gwenaëlle, PICKEL-CHEVALIER Sylvine, « Représentations et symbolismes du cheval: La révolution contemporaine, interprétée à travers les arts populaires et enfantins », dans Eric Leroy du Cardonnoy, Céline Vial. *Les chevaux: de l'imaginaire universel aux enjeux prospectifs pour les territoires*, Presses Universitaires de Caen, pp.109-128, 2017,

GUEUDAR DELAHAYE Antonia, « Faire équipe entre terre et ciel : le cas des navigants aériens », *Nouvelle revue de psychologie,* 2012, n°14, pp. 51-66

HAICAULT Monique, « La gestion ordinaire de la vie en deux », *Sociologie du travail*, n°26-3, 1984, Travail des femmes et famille, pp. 268-277

HARTOG François, *Régimes d'historicité, Présentisme et expérience du temps*, Paris, Seuil, 2003, 352 p.

HAZAREESINGH Sudhir, « L'histoire politique face à l'historie culturelle, état des lieux et perspectives », *Revue Historique,* PUF, n°642, 2007, pp. 355-368

HEMMINGS Clare, « Resisting Popular Feminisms : Gender, Sexuality and the Lure of the Modern », *Gender, Places and Cultures*, *a Journal of Feminist Geography,* Volume 25, 2018, pp. 963 - 967

HEMMINGS Robert, « Modernity's Object: The Airplane, Masculinity, and Empire », *Criticism*, vol. 57, n°2, 2015, pp. 283-308

HOANG Kimberley Kay, *Dealing in Desire: Asian Ascendancy, Western Decline, and the Hidden Currencies of Global Sex Work*, University of California Press, 2015, 248 p.

HOCHSCHILD Arlie Russell, *Le prix des sentiments, au cœur du travail émotionnel,* Éditions La Découverte, 2017, 303 p.

ILLOUZ Eva, *Les sentiments du capitalisme,* Le Seuil, 2006, 208 p.

JAMESON Fredric, *Le postmodernisme, ou la logique culturelle du capitalisme tardif,* Beaux Arts de Paris les éditions, 2011, 608 p.

JANIN Nicole, « Mode et media : les années 1960 », La mode des sixties, Autrement, Mémoires/Histoire, 2007, pp. 103-109

JARRIGE François, VINCENT Julien (dir.), *La modernité dure longtemps,* Editions de la Sorbonne, 2020, 318 p.

JARRIGE François, *Technocritiques, du refus des machines à la contestation des technosciences*, La Découverte, Paris, 2014, p. 229

JEANTET Aurélie, « Chapitre II : quels statuts des émotions dans le travail », *in* Alexis Cukier, *Travail vivant et théorie critique*, PUF, 2017, pp. 85-128

JUILLIET Clair, 2018, Bâtir les relations professionnelles sous l'égide de l'État : conflits et consensus socio-économiques dans un établissement de construction aéronautique français (1943-1978), [Thèse de doctorat en histoire], sous la direction de Jean-Marc Olivier, Université Jean-Jaurès Toulouse 2, 2018.

KAPLAN Dana, ILLOUZ Eva, *Le capital sexuel*, Éditions du seuil, 2023, 199 p.

KECHIDI Med, TALBOT Damien, « Les mutations de l'industrie aéronautique civile française: concentration, externalisation et firme-pivot », *Entreprises et Histoire,* 2014, Brève histoire, 2013/4 (73), pp.75-88.

KLEIN Naomi, *La stratégie du choc*, Babel, Actes Sud, 2008, p.861

KOTT Sandrine, *Organiser le monde. Une autre histoire de la guerre froide,* Paris, Le Seuil, 2021, 321 p.

KROEN Sheryl, « La magie des objets, le plan Marshall et l'instauration d'une démocratie de consommateurs », dans Alain Chatriot, Marie-Emmanuelle Chessel, Matthew Hilton (dir.) Au nom du consommateur, 2005, La Découverte, pp. 80-97

LAMBERT Anne, « Apprendre à servir et aimer servir », *Actes de la recherche en sciences sociales,* n°230, Mai 2019, pp 108-119

LAMBERT Anne, RÉMILLON Delphine, « Une marche vers l'égalité en trompe l'œil. Disponibilité biographique et inégalités de carrière des stewards et des hôtesses », dans Travail et Emploi, n°154, avril-juin 2018, pp. 5-41

LAPEYRE Nathalie, « La virilité en héritage. Permanence des éthos professionnels masculins et exclusion des femmes au sein de l'industrie aéronautique », *Entreprise et Histoire*, n°107, 2022, pp. 60-75.

LAPEYRE Nathalie *Le nouvel âge des femmes au travail*, Paris, Presses de Sciences Po, 2019, 224 p.

LAPEYRE Nathalie et LE FEUVRE Nicky, « Concilier l'inconciliable ? Le rapport des femmes à la notion de « conciliation travail-famille » dans les professions libérales en France », *Nouvelles questions féministes*, n°23, Éditions Antipodes, 2004, pp. 42-58

LAQUEUR Thomas, *La fabrique du sexe, essai sur le corps et le genre en Occident*, Gallimard, Folio Essais, 2013, 576 p.

LECOMTE Guillaume, (2019) « Futurisme et fascisme italien : la vitesse technique comme vecteur du pouvoir politique moderne » [Mémoire de master, Université du Québec à Montréal]

LEGROUX Jérémie, « Les structures techniques du travail émotionnel à Air France : l'hôtesse de l'air, le passager et l'avion après 1945 », Communication au colloque Métiers de service, Université de Lausanne, 2-3 septembre 2011

LE FEUVRE Nicky, et GUILLAUME Cécile, « Le processus de féminisation au travail : entre différenciation, assimilation et « dépassement du genre », *Sociologies pratiques*, n°14, Presses de Sciences Po, 2007, pp. 11-15

LE RENARD Amélie, « Chapitre III : Performer l'occidentalité, un travail corporel et émotionnel », dans *Le privilège occidental,* Presses de Sciences Po, 2019, pp. 81-108

LE TALEC Jean-Yves, « Des *Men's studies au Masculinitys Studies :* du patriarcat à la pluralité des masculinités, dans *SociologieS*, Online since 07 March 2016, connection on 15 November 2021. URL: http://journals.openedition.org/sociologies/5234 ; DOI: https://doi.org/10.4000/ sociologies.5234

LORDON Frédéric, *La société des affects, pour un structuralisme des passions*, Le Seuil, 2013, 288 p.

LUCAS Yvette, *Le vol du savoir,* Les séries de l'ERMOPRES, mars 1986, Université Le Mirail Toulouse, 255 p.

MAGNAN Olivier, *La vraie histoire des hôtesses de l'air*, Éditions Chroniques, 2015, 144 p.

MAILLOT Adolphe, « « *Sea, sex and sun »,* la sexualité dans la mythologie du *surf way of life*, Genre, sexualité et société, n°3, 2010.

MANIGLIER Patrice, *Le moment philosophique des années 1960 en France,* PUF, Philosophie française contemporaine, 2011, 592 p.

MAROY Christian, « Les jeunes de 1964, 1968, 1980 : trois générations vues par les sondages », *Courrier hebdomadaire du CRISP,* 1982, n°956-957, pp.1-42.

MARTIN Marc, *Trois siècles de publicité en France,* Odile Jacob, 1992, 434 p.

MARTIN Marc, « De l'affiche à l'affichage (1860-1980), *Le Temps des médias*, n°2, 2004/1, pp. 59-74

MAYRAND Albert, « Le célibat contractuel de l'hôtesse de l'air », *The Canadian Bar Review,* n°2, 1964, pp. 184-194

MENOUX Thibault, NOÛS Camille, « Les deux corps au travail dans les services de luxe, Enjeux physiques de la représentation chez les concierges », *Sociétés Contemporaines,* 2020, n°117, pp 47-71

METZLÉ Daniel, REICHMAN Claude, *L'enjeu aérien : Air France*, Editions France Empire, 1971, 314 p.

MEI HUA Chen, « Les désirs masculins et leurs contradictions : masculinités, style de vie et sexualité », dans *Travail, genre et sociétés,* 2003, n°10, pp. 107-128

MILLS Albert J., « Cockpits, Hangars, Boys and Galleys : Corporate Masculinities and the Development of British Airways », *Gender, Work and Organization,* n°3, 1998, pp. 172-188

MILLS Albert J., (dir.), *Insights and Research on the study of Gender and Insersectionality in International Airline Culture,* Emerald Collections, 2017, 560 p.

MOLINIER Pascale, « Et la tendresse, bordel ! », *in Multitudes*, n°52, 2013, pp. 172-177

MONMARSON-FRÉMONT Pascale, PEYRAUD Véronique, *Caravelle, bienvenue à bord d'une légende !,* Privat, Toulouse, 2006, 155 p.

MONTAGNÉ-VILLETTE Solange, « La mode de la centralité à l'acentralité », *La mode des sixties*, Autrement, Mémoires/Histoire, 2007, pp. 15-25.

MONTARJET Anne, TAMAROZZI Federica, « Pas de demi-mesures pour les Miss : la beauté en ses critères », dans *Ethnologies française,* PUF, 2005/3, n°35, pp. 425-443

MORALDO Delphine, « Les conquérants de l'inutile. Expression et diffusion d'un modèle de masculinité héroïque dans l'alpinisme français dans les années d'après guerre », *Genre, sexualité et histoire,* 2015, n°13MÜLLER Florence, *Élégances aériennes, une histoire des uniformes d'Air France,* Éditions internes d'Air France, 2004, 136 p.

MORICOT Caroline, « L'engagement du corps et de sens dans le pilotage en ligne d'un avion à cockpit de verre », *Perspectives interdisciplinaires sur le travail et la santé (PIS-TES),* n°2, avril 2000

MORTAS Pauline, *Une rose épineuse. La défloration au XIXe siècle en France*, Rennes, France, Presses universitaires de Rennes, 2017, 466 p.

MUNIER Brigitte, « Au bonheur du kitsch », dans *Hermès, la revue,* 2019, n°83, pp.138-1442

NORA Pierre, *L'événement monstre,* Communications, n°18, 1972, p. 162 – 172

NADER Laura, « Up the Anthropologists—Perspectives Gained from Studying Up », in D. Hymes (ed.), *Reinventing Anthropology,* New York, Panteon Books, 1972, pp. 284-311.

OLIVIER Jean-Marc, *1969 ; Concorde, premier vol*, Éditions Midi-Pyrénéennes, Collection Cette année-là, 2018, 48 p.

ORTUN Maud, « Le savoir-faire organisationnel d'une hôtesse de l'air », publié dans les *Séminaires de la vie collective,* Ecole de Paris du management, 12 février 2004

ORY Pascal, « Les expositions universelles, de 1851 à 2010 : les huit fonctions de la modernité », *dans,* Duanmu Mei et Hugues Tertrais (dir.), *Temps croisés*, Paris, éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2010, pp. 225-233

ORY Pascal, « Gouverner par les symboles, introduction à une histoire des politiques symboliques modernes », *Revue d'histoire cuturelle XVIIIème- XXIème siècle,* n°1, 2020

PARENTEAU Denis, *Dans tous les ciels*, Ouest France, 2012, 128 p.

PATTIEU Sylvain, « La « vie de château » ou les gains symboliques du tourisme populaire. France, 1945 - années 1980 », *Revue d'histoire moderne et contemporaine, Belin, 2009, n°56, pp. 52-78*

PAWIN Rémy, « Retour sur les Trente Glorieuses et la périodisation du XX^{ème} siècle », *Revue d'histoire moderne et contemporaine,* 2013, n°60, pp. 155-185

PAWIN Rémy,, « La conversion au bonheur en France dans la seconde moitié du XX^{ème} siècle », *Vingtième siècle*, 2013, n°118, pp. 171-184

PICCO Dominique , « « Réseaux de femmes, femmes en réseaux » : Avant propos », *Genre & Histoire* [En ligne], 12-13 | Printemps-Automne 2013, mis en ligne le 29 décembre 2013, consulté le 20 juin 2024. URL : http://journals.openedition.org/genrehistoire/1873 ; DOI : https://doi.org/10.4000/genrehistoire.1873

PINTO Josiane, « Une relation enchantée, la secrétaire et son patron », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 84, 1990, p. 32

PIGENET Michel, « Syndicalisme et nouveaux salariés des services : aperçu sur l'expression cégétiste dans les centres d'appels Air France (1989-2004) », *Le mouvement social,* 2006, pp. 101-103

POIROT-DELPECH Sophie, « Le collectif éphémère sur le personnel navigant sur les long-courriers », dans *Socio-Anthropologie*, Dossier « Des collectifs éphémères », n°33, 2016, pp. 127-141

POSTEL Claude, « Quelques aspects de la croissance économique du transport aérien, 1950-1960 », dans *Revue économique,* volume 12, n°5, pp. 781-817

POULY Marie-Pierre , « La différenciation sociale de l'apprentissage de la langue anglaise en France au XIXe siècle », *Histoire de l'éducation*, 133 | 2012, pp. 5-41.

PRECIADO Paul, *Pornotopia, arquitectura y sexualidad en Playboy durante la guerra fria,* Anagrama, Barcelona, 2010.

PRÉVOT Maryvonne, « Aux origines du BERU, un bureau d'étude pour une ville plus humaine 1957-1977 », Histoire urbaine, 2017, n°48, pp 77-98

QUIJANO Aníbal, « Race et colonialité du pouvoir », dans *Mouvements,* 2007, n°51, pp. 111-118.

RÉAU Bertrand, « S'inventer un autre monde, le Club Méditerranée et la genèse des clubs de vacances en France (1930-1950) », dans *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2007, n°170, pp. 66-87

RENNES Juliette, « Femme en métier d'hommes. Récit de la modernité et usages marchands du féminisme dans le Paris de 1900 », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 2019, n°66, pp. 63-95

RETAILLAUD Emmanuelle, *La Parisienne, histoire d'un mythe. Du siècle des Lumières à nos jours,* Éditions du Seuil, 2020, 417 p.

RIEUMAS Elie, « Maghreb et transport aérien », *Mondes Arabes*, 1972, n°54, pp. 31-40

ROBÈNE Luc, « Une nacelle à soi. Devenir femme aéronaute au XIX[e] siècle», *Nacelles* [En ligne], Des airs genrés ? Aéronautique et genre, Dossier thématique / Thematic Section, Aux commandes : des pilotes de tout genre ? / In the Cockpit : the Gender of Pilots, mis à jour le : 19/09/2022.

ROBERTS Mary-Louise, « La photo du GI viril : genre et photojournalisme en France à la Libération », *Le mouvement social,* n°219, 2007, pp. 35-56ROBERTS Mary-Louise, « Prêt à déchiffrer : la mode de l'après-guerre et la nouvelle histoire culturelle », *Le mouvement social,* n°174, pp. 57-75

ROSA Hartmut, *Accélération, une critique sociale du temps*, La Découverte, 2010, 474 p

ROSA Harmut, Aliénation et accélération, vers une théorie critique de la modernité tardive, La Découverte, 2014, 156 p.

ROSEAU Nathalie, THIBAUD-SORGER Marie, (dir.), *L'emprise du vol*, Genève, MetissPress, 2013, 208 p.

ROSS Kristin, *Rouler plus vite, laver plus blanc, modernisation de la France et décolonisation au tournant des années 60*, Flammarion, 2006, 295 p.

ROUSSO Henry, *Le syndrome de Vichy,* Paris, Seuil, 1987, 414 p.

ROUGELET Patrick, *RG, la machine à scandales*, Albin Michel, 1997, 260 p.

SACRISTE Valérie, « Sociologie de la communication publicitaire », *L'Année Sociologique,* n°51, 2001/2, pp. 487-498

SCOTT Joan, *De l'utilité du genre,* Fayard, 2012, 300 p.

SCOTT James, *La domination et les arts de la résistance, fragments du discours subalterne*, Éditions Amsterdam, 2008, 270 p.

SCHÜTZ Gabrielle, « Hôtesses d'accueil, les attendus d'un petit boulot féminin pour classes moyennes », Terrains et Travaux, n°10, 2006, pp. 137-156.

SEGATO Rita Laura, *Las nuevas formas de la guerra y el cuerpo de las mujeres,* Editions Puebla, Pez en Arból, 2014, 120 p.

décembre 2003, 151 p.

SIRINELLI Jean-François, « Réflexion sur l'histoire et l'historiographie du XX[ème] siècle français », *XX[ème] siècle,* n°626, 2005, pp. 609 – 625

SOARES Angelo, « Les émotions dans le travail *», in Travailler,* n°9, 2003, pp. 9-18

SOHN Anne-Marie, « Chapitre 49 : la jeunesse un mouvement social ? », dans Michel Pigenet, Danielle Tartakowsky (dir.), *Histoire des mouvements sociaux, de 1814 à nos jours*, La Découverte, Poche, 2014, 800 p.

SPILL Jean-Michel, « Les charters en Méditerranée », dans *Annales de Géographie*, 1976, t. 85, n°468, pp. 206-224.

STASZAK Jean-François, « L'imaginaire géographique du tourisme sexuel », *L'information géographique*, n°76, 2012, pp. 16-39

SUDHIR Hazareesingh, « L'histoire politique face à l'historie culturelle, état des lieux et perspectives », *Revue Historique,* PUF, n°642, 2007, pp. 355-368

TALEC Pierre « Une semaine au Club Méditerranée, journal d'un « Gentil Membre » », *Etudes,* mai 1985, n°362, pp. 629-641

TAMAGNE Florence, « Histoire des homosexualités en Europe : un état des lieux », *Revue d'histoire moderne et contemporaine,* 2006/4, n°53, pp. 7-31

THIBAULT Philippe-Michel, *Le roman Air France,* Broché, 2003, 251 p.

THIBAULT Philippe-Michel, *Mythologies à bord,* Gallimard, 2005, 320 p.

THOMPSON Edward P., *La formation de la classe ouvrière anglaise,* Broché, 2012, 1216 p.

THOMPSON Edward P., *Temps, discipline du travail et capitalisme industriel*, La Fabrique, 2004, 212 p.

TIEMEYER Phil, *Plane Queer, Labor, Sexuality, and AIDS in the History of Male Flight Attendants,* University of California Press, 2013, 510 p.

TILLY Louise, « Genre, histoire des femmes et histoire sociale », *Genèses,* 1990, pp. 148-66

TOURAINE Alain, *La société post-industrielle*, Denoël, 1969, pp.115-116

VANEIGEM Raoul, *Traité de savoir-vivre à l'usage des jeunes générations*, 1967, Gallimard, 368 p.

VANTOCH Victoria, *The Jet Sex: Airline Stewardesses and the Making of an American Icon*, University of Pennsylvania Press, 2013, 296 p.

VEBLEN Thorstein, *Théorie de la classe de loisir*, 1970 [1889], Gallimard, 322 p.

VEILLON Dominique, FRIDERSON Patrick, *La mode des sixties*, Autrement, Mémoires/Histoire, 2007, pp. 4-14

VIGARELLO Georges, *Histoire de la beauté. Le corps et l'art d'embellir de la renaissance à nos jours*, Le Seuil, 2003, p. 226

VIGNA Xavier, *L'insubordination ouvrière dans les années 68, essai d'histoire politique dans les usines,* Presse Universitaire de Renne, 2007, 384 p.

VIRGILI Fabrice, « Les « tondues » à la Libération : le corps des femmes, enjeu d'une réappropriation », *Clio, femmes, genre et histoire,* 1995

VIRILIO Paul, *Vitesse et politique : essai de dromologie,* Éditions Galilée, 1977, p. 131

VOREPPE Charlène, *Mères avant tout ? L'image des femmes dans la Seconde Guerre mondiale à travers la presse de la LIbération* / Charlène Voreppe ; sous la direction de Marie-Anne Matard-Bonucci, 2012, Université Pierre Mendès France, Grenoble, 216 p.

VÖRÖS Florian (dir.), *Cultures pornographiques. Anthologie des porn studies*, Éditions Amsterdam, 2015, 320 p.

WILLIAMS Claire« Sky Service: The Demands of Emotional Labour in the Airline Industry », *Gender, Work and Organization,* vol 10, n°5, 2003, pp. 513 – 550

WITTIG Monique, *La pensée Straight,* Éditions Amsterdam, 2013, 135 p.

ZANCARINI-FOURNEL Michelle (dir.), Geneviève Dreyfus-Armand Geneviève, Robert Frank, *Les années 68, le temps de la contestation, Collection Histoire du Temps présent*, Editions Complexe, 2000, 525 p.

ZANCARINI-FOURNEL Michelle, *Le moment 1968, une histoire contestée*, Le Seuil, Collection l'Univers Historique, 2008, 320 p.

ZARCONE Thierry, *La Turquie moderne et l'islam,* Flammarion, 2004, 262 p.

SOURCES ÉDITÉES

Le détail de la provenance des fonds est explicité en introduction (p. 59).
Un tableau exhaustif des archives utilisées pour ce travail est disponible en Annexes (p. 567).

La rubrique qui suit répertorie les sources éditées que nous avons cité. Seules les revues, la presse et les magazines dont la lecture a été systématisé figurent dans cette liste exhaustive. Nous ne recensons pas les journaux qui apparaissent de manière sporadique dans le corps du texte.

Ouvrages

CATRY Solange, *Sur les ailes de l'hippocampe, carnet de vol des premières hôtesses de l'air 1946 -1966*, Editions Buchet/Chastel, 1983, 242 p.

COULIER Charles, *Lucette, hôtesse de l'air*, 1948, 80 p.

DELAIGUE Maurice, *PNC, un métier neuf,* brochure éditée par la direction du personnel d'Air France, 1983, 112 p.

DE ROJAC Maurice, *hôtesse de l'air*, Collection Joyeuse, Editions Alsatia, 1949, 212 p.

FÉRON Fernande, *Fanchon, fille de l'air,* Nouvelle Bibliothèque Rose aux éditions Hachette, 1969, 186 p.

FONTAINE Mary, *Alayne, hôtesse de l'air*, La Semeuse, 32 p.

D'UNIENVILLE Alix, *En vol, le journal d'une hôtesse de l'air*, Albin Michel, 1949, p. 424.

JUNOD Lili, *Sylvie hôtesse de l'air*, 1947, Bibliothèque Pervenche, 192 p.

NACAL Jacky, *Journal d'une hôtesse de l'air*, Edilivre, 2015, 63 p.

NADAME Valérie, *Le journal de bord d'une hôtesse de l'air,* Mon Petit Editeur, 2016, 52 p.

RENÉ Philippe, *Sylvie hôtesse de l'air,* 1955, Marabout Junior.

SERVAL Pierre, *Hôtesses de l'air*, Reportages, 1959, 166 p.

TRONQUET Isabelle, *Attachez vos ceintures ! Les confidences d'une hôtesse de l'air*, Opportun, 2019, 229 p.

Revues d'entreprise

Air France Madame, n°11, 1965.
Air France Madame, n°15, 1966.
Air France Madame, n°27, 1969.

France-Aviation, n°1, décembre 1954.
France Aviation, n°3, février 1955.
France Aviation, n°5, avril 1955.
France Aviation, n°6, mai 1955.

France Aviation, n°7, juin 1955.
France Aviation, n°8, juillet 1955.
France Aviation, n°9, août 1955.
France Aviation, n°13, décembre 1955.
France Aviation, n°14, janvier 1956.
France Aviation, n°15, février 1956.
France Aviation, n°16, mars 1958.
France Aviation, n°17, avril 1956.
France Aviation, n°18, mai 1956.
France Aviation, n°19, juin 1956.
France Aviation, n°20, juillet 1956.
France Aviation, n°23, octobre 1956.
France Aviation, n°22, septembre 1956.
France Aviation, n°25, décembre 1956.
France Aviation, n°26, janvier 1957.
France Aviation, n°27, février 1957.
France Aviation, n°30, mai 1957.
France Aviation, n°31, juin 1957.
France Aviation, n°34, septembre 1957.
France Aviation, n°36, novembre 1957.
France Aviation, n°37, décembre 1957.
France Aviation, n°38, janvier 1958.
France Aviation, n°39, février 1958.
France Aviation, n°40, mars 1958.
France Aviation, n°41, avril 1958.
France Aviation, n°42, mai 1958.
France Aviation, n°44, juillet 1958.
France Aviation, n°45, août 1958.
France Aviation, n°46, septembre 1958.
France Aviation, n°47, octobre 1958.
France Aviation, n°48, novembre 1958.
France Aviation, n°49, décembre 1958.
France Aviation, n°51, février 1959.
France Aviation, n°52, mars 1959.
France Aviation, n°53, avril 1959.
France Aviation, n°54, mai 1959.
France Aviation, n°56, juillet 1959.
France Aviation, n°58, septembre 1959.
France Aviation, n°59, octobre 1959.
France Aviation, n°60, février 1960.
France Aviation, n°61, décembre 1959.
France Aviation, n°62, janvier 1960.
France Aviation, n°65, avril 1960.
France Aviation, n°66, mai 1960.

France Aviation, n°67, juin 1960.
France Aviation, n°71, octobre 1960.
France Aviation, n°73, décembre 1960.
France Aviation, n°76, mars 1961.
France Aviation, n°77, avril 1961.
France Aviation, n°78, mai 1961.
France Aviation, n°82, septembre 1961.
France Aviation, n°83, octobre 1961.
*France-Aviation n°*84, novembre 1961.
France Aviation, n°85, décembre 1961.
France Aviation, n°86, janvier 1962.
France Aviation n°89, avril 1962.
France Aviation, n°90, mai 1962.
France Aviation, n°91, juin 1962.
France Aviation, n°92, juillet 1962.
France Aviation, n°96, novembre 1962.
France Aviation, n°97, décembre 1962.
France Aviation, n°100, mars 1963.
France Aviation, n°101, avril 1963.
France Aviation, n°102, mai 1963.
France Aviation, n°105, août 1963.
France Aviation, n°108, novembre 1963.
France Aviation, n°111, février 1964.
France Aviation, n°112, mars 1964.
France Aviation, n°114, mai 1964.
France Aviation, n°120, novembre 1964.
France Aviation, n°124, mars 1965.
France Aviation, n°125, avril 1963.
France Aviation, n°129, août 1965.
France Aviation, n°132, avril 1966.
France Aviation, n°137, avril 1966.
France Aviation, n°138, mai 1966.
France Aviation, n°139, juin 1966.
France Aviation, n°140, juillet 1966.
France Aviation, n°141, août 1966.
France Aviation, n°142, septembre 1966.
France Aviation, n°143, octobre 1966.
France Aviation, n°144, octobre 1966.
France Aviation, n°145, décembre 1966.
France Aviation, n°149, avril 1967.
France Aviation, n°150, mai 1967.
France Aviation, n°154, septembre 1967.
France Aviation, n°155, octobre 1967.
France Aviation n°156, novembre 1967.

France aviation, n°157, décembre 1967.
France Aviation, n°160, mars 1968.
France Aviation, n°163-164, juin/juillet 1968.
France Aviation, n°165, août 1965.
France Aviation, n°168, novembre 1968.
France Aviation, n°171, février 1969.
France Aviation, n°172, mars 1969.
France aviation, n°173, avril 1969.
France Aviation, n°176, juin 1969.
France Aviation, n°177 août 1969.
France Aviation, n°179, octobre 1969.
France Aviation, n°180, novembre 1969.
France Aviation, n°182, janvier 1970.
France Aviation, n°183, février 1970.
France Aviation, n°184, mars 1970.
France Aviation, n°185, avril 1970.
France Aviation, n°186, mai 1970.
France Aviation, n°187, juin 1970.
France Aviation, n°190, septembre 1970.
France aviation, n°191, octobre 1970.
France Aviation, n°195, février 1971.
France Aviation, n°198, mai 1971.
France Aviation, n°201, août 1971.
France Aviation, n°204, novembre 1971.
France Aviation, n°211, juin 1972.
France Aviation, n°216, décembre 1972.
France Aviation, n°226, octobre 1973.
France Aviation, n°235, juillet / août 1974.
France Aviation, n°244, mai 1975.
France Aviation, n°251, janvier 1976.
France Aviation, n°252, février 1976.
France Aviation, n°253, mars 1976.
France Aviation, n°256, juin 1976.
France Aviation, n°257 juillet 1976.
France Aviation, n°276, avril 1978.
France Aviation, n°284, janvier 1979.

Terre et ciel, n°1, février 1946.
Terre et ciel, n°3, avril 1946.
Terre et ciel, n°7, août 1946.
Terre et ciel, n°9, octobre 1946.
Terre et ciel, n°11, décembre 1946.
Terre et ciel n°15, août 1947.
Terre et ciel n°19, janvier 1948.

Magazines

Elle, n°22, 16 avril 1946
Elle, n°140, 27 juillet 1948.
Elle, n°157. 30 novembre 1948.
Elle, N°158. 06 décembre 1948.
Elle, n°175, 4 avril 1949.
Elle, n°179, 2 mai 1949.

Playboy, avril 1955.
Playboy, octobre 1957.
Playboy, octobre 1958.
Playboy, septembre 1959
Playboy, août 1959
Playboy, juin 1960.
Playboy, avril 1961.
Playboy, mai 1961.
Playboy, juin 1961.
Playboy, août 1961.
Playboy, septembre 1961.
Playboy, septembre 1962.
Playboy, avril 1963,
Playboy, mars 1963.
Playboy, juillet 1963.
Playboy, novembre 1963
Playboy, janvier 1964.
Playboy, novembre 1964.
Playboy, octobre 1964.
Playboy, juin 1965.
Playboy, juillet 1967.

Revues de presse

Le Monde, 20 octobre 1947.
Le Monde, 1er décembre 1948.
Le Monde, 12 mai 1949.
Le Monde, 10 novembre 1949.
Le Monde, 2 avril 1951.
Le Monde, 21 juin 1952.
Le Monde, 29 mars 1952
Le Monde, 25 décembre 1952.

Le Monde, 7 avril 1953.
Le Monde, 26 septembre 1953.
Le Monde, 26 mai 1955.
Le Monde, 19 mai 1956.
Le Monde, 27 février 1957.
Le Monde, 11 avril 1958.
Le Monde, 26 avril 1958.
Le Monde, 20 juin 1959.
Le Monde, 19 février 1960.
Le Monde, 20 février 1960.
Le Monde, 14 avril 1960.
Le Monde, 16 avril 1960.
Le Monde, 25 juin 1960.
Le Monde, 29 juin 1960.
Le Monde, 2 juillet 1960.
Le Monde, 6 septembre 1960.
Le Monde, 29 septembre 1960.
Le Monde, 21 octobre 1960.
Le Monde, 7 novembre 1960.
Le Monde, 9 décembre 1960.
Le Monde, 22 mars 1961.
Le Monde, 10 juin 1961.
Le Monde, 5 octobre 1961.
Le Monde, 5 avril 1962.
Le Monde, 10 mai 1962.
Le Monde, 4 septembre 1962.
Le Monde, 4 avril 1963.
Le Monde, 26 mars 1964.
Le monde, 27 mars 1964.
Le Monde, 23 avril 1964.
Le Monde, 27 avril 1964.
Le Monde, 28 avril 1964.
Le Monde, 14 mai 1964.
Le Monde, 28 mars 1966.
Le Monde, 8 avril 1966.
Le Monde, 11 octobre 1966.
Le Monde, 23 janvier 1968.
Le Monde, 27 mai 1968.
Le Monde, 5 juin 1968.
Le Monde, 8 juin 1968.
Le Monde, 10 juin 1968.
Le Monde, 14 octobre 1968.

TABLE DES ILLUSTRATIONS

ILLUSTRATION N°1 : FANTASMES POPULAIRES ? PUBLICITÉ DE RYAN AIR, 2011. CAPTURE D'ÉCRAN PERSONNELLE. 23
ILLUSTRATION N°2 : LE CORPS FRÊLE DU STEWARD, *RODNEY THE SMILING STEWARD*. IMAGE ISSUE D'UN ARTICLE DE *PAN AMERICAN AIR WAYS,* VOL. 4, N°1, MARS 1933. 83
ILLUSTRATION N°3 : LE STEWARD MATERNANT, *FRANCE AVIATION,* N°65, AVRIL 1960 84
ILLUSTRATION N°4 : L'OPTIMISME AÉRIEN, AFFICHE « VERS DES CIELS NOUVEAUX » DES ATELIERS PERCEVAL, 1946 107
ILLUSTRATION N°5 : LA JEUNE FRANCE TOURNÉE VERS L'AVENIR, PHOTO TIRÉE DE AIR FRANCE REVUE, N°1, 1948 107
ILLUSTRATION N°6 : L'IMPORTANCE DES SIGNES DISTINCTIFS, PHOTO DE LA PLANCHE N°56 DU MANUEL DU PCB, 1948, ARCHIVES DU MUSÉE AIR FRANCE. 150
ILLUSTRATION N°7 : L'AVION ET LE LUXE, BROCHURE PUBLICITAIRE POUR LE SERVICE « PARISIEN SPÉCIAL » DE NOVEMBRE 1953, ARCHIVES DU MUSÉE AIR FRANCE 170
ILLUSTRATION N°8 : LE PILOTE ROI, TIRÉ DU FRANCE-AVIATION N°10 DE SEPTEMBRE 1955 180
ILLUSTRATION N°9 : LA TECHNICITÉ GRANDISSANTE DES GESTES DE SERVICE, EXTRAIT DU MANUEL PNT DE 1954 200
ILLUSTRATION N°10 : « LE PLUS LONG RÉSEAU DU MONDE », AFFICHE DE SAVIGNAC, 1956. ARCHIVES DU MUSÉE AIR FRANCE. 212
ILLUSTRATION N°11 : LE RACCOURCI DE LA ROUTE POLAIRE, *FRANCE AVIATION*, N°42, MAI 1968 214
ILLUSTRATION N°12 : L'APPARENCE DE LA RESPONSABILITÉ, PHOTO DU DIRECTEUR GÉNÉRAL D'AIR FRANCE À L'OCCASION DE SON INVESTITURE, *FRANCE AVIATION,* N°6, MAI 1955 233
ILLUSTRATION N°13 : LA MODERNITÉ COLONIALE, AFFICHE DE VINCENT GUERRA, 1950. 236
ILLUSTRATION N°14 : DU DISPOSITIF COLONIAL AU DISPOSITIF TOURISTIQUE, FRANCE AVIATION, N°45, AOÛT 1958 239
ILLUSTRATION N°15 : UN PROGRÈS UNIFORME, *FRANCE AVIATION*, N°49, DÉCEMBRE 1958 251
ILLUSTRATION N°16 : NOUVELLE PROMOTION D'HÔTESSES DE L'AIR SUR LE TARMAC D'ORLY, PHOTO TIRÉE DE *FRANCE AVIATION*, N°46, SEPTEMBRE 1958. 259
ILLUSTRATION N°17 : VOIR LA TERRE EST UN PRIVILÈGE MASCULIN, DESSIN PARU DANS *FRANCE AVIATION*, N°9, AOÛT 1955 261
ILLUSTRATION N°18 : MODERNITÉ ET ARISTOCRATIE, *FRANCE AVIATION*, N°89, AVRIL 1962 264
ILLUSTRATION N°19 : LES ACTIVITÉS DE L'HOMME ACCOMPLI, 4ÈME DE COUVERTURE DE *PLAYBOY*, SEPTEMBRE 1953. 266
ILLUSTRATION N°20 : TOURISME, BONHEUR ET FÉMINITÉ, PHOTO PERSONNELLE DU BULLETIN HORAIRE D'AIR FRANCE N°06 DE 1962. 295
ILLUSTRATION N°21 : LE RENOUVEAU COMMERCIAL D'AIR FRANCE : LE SOURIRE DE L'HÔTESSE D'ACCUEIL. PHOTO PERSONNELLE DU BULLETIN HORAIRE DE 1962 (15 FÉVRIER – 31 MARS), ARCHIVES DU MUSÉE D'AIR FRANCE.312
ILLUTSRATION N°22 : LE RÔLE SUGGESTIF DE L'HÔTESSE DE L'AIR DANS LES CAMPAGNES COMMERCIALES. PHOTO PERSONNELLE DU BULLETIN HORAIRE DE 1963 (16 JUILLET – 30 SEPTEMBRE), ARCHIVES DU MUSÉE AIR FRANCE. 313
ILLUSTRATION N°23 : UN VISAGE FÉMININ AU MILIEU DES HOMMES, CONFÉRENCE DES VENTES DE 1964, PHOTO DE *FRANCE AVIATION*, N°120, NOVEMBRE 1964. 315
ILLUSTRATION N°24 : MISE EN ABÎME DE L'ÉGÉRIE COMMERCIALE, PHOTO PERSONNELLE DU BULLETIN HORAIRE DE 1964, N°4, 1ER AVRIL – 31 OCTOBRE 319

Illustration n°25 : les hôtesse de l'air au centre de la production de beauté féminine, capture d'écran du journal *Les Actualités Françaises*, 27 juin 1962, archives INA. 320
Illustration n°26 : esthétique et aérien, photo de *France Aviation*, n°78, mai 1961 322
Illustration n°27 : lignes modernes (BEA pour la première photo, United Airlines pour la deuxième), photographies de *France Aviation*, n°163-164, juin/juillet 1968. 327
Illustration n°28 : mannequinat aérien, captures d'écran personnelles du *Journal de 20H* diffusé par l'ORTF le 9 décembre 1968. 330
Illustration n°29 : féminité, consommation, modernité, *Air France revue*, n°34, printemps 1964, p. 45 335
Illustration n°30 : technicité et féminité, le rôle commercial de l'hôtesse, photo parue dans *France Aviation,* n°102, mai 1963 336
Illustration n°31 : maquillage Concorde la TWA, photo parue dans *France Aviation,* n°176, juin 1969 337
Illustration n°32 : le voyage intérieur de Pénélope, illustration de l'article de J-G Marchais, « Et pourtant ils tournent », *France Aviation*, n°143, octobre 1966 342
Illustration n°33: le 707 et ses représentations sexuelles, dessin publié dans *France Aviation,* n°16, mars 1956 345
Illustration n°34 : le Concorde et la féminité accentuée, dessin publié dans *France Aviation* n°195, février 1971. 346
Illustration n°35 : les hôtesses personnelles de Hugh Hefner, *France Aviation*, n°191, octobre 1970 349
Illustration n°36 : hôtesses érotisées, réédition du livre « *Les 32 escales de l'amour* » par Nadine B… (*sic.*), 1967. 357
Illustration n°37 : la formation au plus proche des corps, captures d'écran du *Journal Télévisé d'Aquitaine* du 15 décembre 1967, archives de l'INA 363
Illustration n°38 : la représentation de la clientèle de qualité habituée au luxe, photo personnelle du dépliant commercial, « service première classe », non daté. 374
Illustration n°39 : le guide de la féminité accentuée, *Air France Revue*, n°34, printemps 1964, p. 48 377
Illustration n°40 : la sérénité au féminin, graphique de *Air France Madame*, n°15, 1966. 378
Illustration n°41 : la nouvelle clientèle d'Air France. Famille de l'Hérault qui effectue son baptême de l'air, photo de *France Aviation* n°187, juin 1970. 402
Illustration n°42 : les corporalités vacancières, photo à la une de *France Aviation*, n°248, octobre 1975. 419
Illustration n°43 : la fétichisation des « îles », publicitée Air France diffusée dans le *France Aviation,* n°22, novembre 1973. 419
Illustration n°44 : les visages au travail sur le nouvel Airbus, photo parue dans *France Aviation* n°235, juillet / août 1974 455
Illustration n°45 : les métaphores de l'encadrement, *Memovol* de juin 1975. 490
Illustration n°46 : tableau récapitulatif des opérations de « contrôle présentation » au printemps 1976. *Memovol*, mai 1976 493
Illustration n°47 : la métaphore sportive de l'esprit d'équipe, *Memovol*, octobre 1975, archives du musée Air France. 510
Illustration n°48 : l'hôtesse vacancière sur les vols Vacances, photo publiée dans *Memovol*, avril 1979. 519

TABLE DES GRAPHIQUES ET DES TABLEAUX

GRAPHIQUE N°1: L'AUGMENTATION DU TRAFIC AÉRIEN, RÉALISÉ AVEC LES BULLETINS D'ACTIVITÉ AIR FRANCE 72
GRAPHIQUE N°2 : LA FÉMINISATION DU PNC D'AIR FRANCE, RÉALISÉ AVEC LES FONDS D'AIR FRANCE. LES VALEURS POUR LES ANNÉES 1946, 1948, 1950, 1964 ET 1965 SONT INCOMPLÈTES FAUTE DE SOURCES PRÉCISES (ABSENCE DE BULLETIN STATISTIQUE). 73
GRAPHIQUE N°3 : LA « COMMERCIALISATION » DES ÉQUIPAGES D'AIR FRANCE. RÉALISÉ AVEC LES FONDS D'AIR FRANCE. 74
GRAPHIQUE N°4: GRAPHIQUE REPRÉSENTANT L'ÉVOLUTION DU TOURISME AMÉRICAIN VERS L'EUROPE ET LA FRANCE EN POURCENTAGE (1946-1970). ÉTABLI AVEC LES CHIFFRES AVANCÉS PAR NICOLE FOUCHÉ, *OPUS. CIT.* 172
TABLEAU N°1 : LE DÉFICIT D'AIR FRANCE, TABLEAU RÉALISÉ À L'AIDE DES RAPPORTS D'ACTIVITÉ. 219
TABLEAU N°2: TAUX DE REMPLISSAGE GÉNÉRAL DES AVIONS D'AIR FRANCE. LE SURLIGNAGE GRAS INDIQUE L'ARRIVÉE DE LA RÉACTION. 280
TABLEAU N°3: NOMBRE DE TOURISTES ÉTRANGERS EN FRANCE ENTRE 1950 ET 1970, LE SURLIGNAGE VENANT SIGNIFIER LA HAUSSE CONSÉQUENTE AU DÉBUT DES ANNÉES 1960. D'APRÈS LES CHIFFRES DE SHERYL KROEN, *OPUS. CIT.* 286
GRAPHIQUE N°5 : LA FÉMINISATION DES POLITIQUES D'EMBAUCHE D'AIR FRANCE. RÉALISÉ AVEC LES BULLETINS STATISTIQUES DE LA COMPAGNIE. 297
GRAPHIQUE N°6 : CARRIÈRES COURTES CONTRE CARRIÈRES LONGUES. RÉALISÉ AVEC LES BULLETINS STATISTIQUES DISPONIBLES DANS LES FONDS D'AIR FRANCE 298
GRAPHIQUE N°7 : UNE POLITIQUE SALARIALE LARGEMENT GENRÉE. GRAPHIQUE RÉALISÉ SUR LA BASE DES BULLETINS STATISTIQUES. 300
GRAPHIQUE N°8 : LA SITUATION FAMILIALE D'AIR FRANCE. LE TAUX DE PARENTALITÉ CONCERNE LE PERSONNEL QUI A AU MINIMUM UN ENFANT. GRAPHIQUE RÉALISÉ GRÂCE AUX CHIFFRES DES BULLETINS STATISTIQUES. 310
TABLEAU N°4 : CHANGEMENT DE L'ANGLE COMMERCIAL D'AIR FRANCE DANS LE JOURNAL *NEWS-WEEK* ENTRE 1952 ET 1971. 314

D'après le dossier de presse *NewsWeek,* archives du musée Air France. Entre le 16 juin 1952 et le 15 juin 1959, on retrouve 33 images portant sur la dimension technique de l'avion. Les messages publicitaires insistent sur la modernité de la flotte en 1953, sur les nouveautés aéronautiques (Double Decker en 1953, SuperStarliner en 1957, Caravelle en 1959), sur la vitesse des voyages transatlantiques (Paris – New York sans escale), ou encore sur la fiabilité, la précision et la puissance des appareils. 32 images mettant en scène les usagers de l'avion, avec une large préférence pour la figure du couple hétérosexuel (ou évoluant dans un groupe d'amis) : 6 femmes, 2 enfant, 5 hommes d'affaire, 19 couples. Enfin, 7 images représentent le personnel d'Air France en activité dans une série de 1956 : 3 images représentent les hôtesses au sol, 2 les commandants de bord et 2 les hôtesses de l'air. Du 3 octobre 1960 au 11 octobre 1971 on compte 117 occurrences publicitaires. 8 images portent sur la dimension technique, ramassées dans une seule campagne de 1970 célébrant l'ouverture de la route transsibérienne. 43 images mettant en scène la clientèle d'Air France, avec une préférence pour l'image de la femme : 21 femmes, 2 enfants, 6 hommes d'affaires (une seule campagne sur l'hiver 1970 – 1971, pour célébrer le Boeing 747), 14 couples. 41 images sont consacrées à l'activité du personnel navigant d'Air France (6 commandants de bord et 35 hôtesses de l'air). Enfin, 25 images affichent des destinations touristiques (soit 21% de la production totale). L'autre élément visuel est composé par une photo d'hôtesse accompagnant le slogan « A votre service ». Cet encart accompagne chaque production publicitaire entre 1964 et 1970. Sur le total de la période, on comptabilise 30 publicités exploitant un « lieu » (dimension du voyage, mise en valeur patrimoniale, etc.),75 publicités mettant en scène la clientèle d'Air France (28 couples

hétérosexuels, 11 hommes d'affaires, 27 femmes, 4 enfants), 41 images faisant la promotion de la dimension technique (vitesse, ponctualité, ligne transsibérienne, etc.), 48 publicités mettant en avant le personnel d'Air France (8 commandants de bord, 37 hôtesses de l'air, 3 hôtesses au sol), 6 publicités consacrées aux avantages commerciaux de la ligne (prix, confort des sièges, consommation luxueuse

TABLEAU N°5: LES MOYENS DE TRANSPORT DU PERSONNEL D'AIR FRANCE. TABLEAU RÉALISÉ AVEC LES CHIFFRES DONNÉS PAR *FRANCE AVIATION*, N°211, JUIN 1972 395

GRAPHIQUE N°9: LA RÉPARTITION DES FAISCEAUX D'EXPLOITATION D'AIR FRANCE. DONNÉES RASSEMBLÉES À L'AIDE DES RAPPORTS D'ACTIVITÉ ENTRE 1970 ET 1977 397

TABLEAU N°6 : ÉVOLUTION DE LA FLOTTE D'AIR FRANCE. D'APRÈS LES CHIFFRES PUBLIÉS DANS LES RAPPORTS D'ACTIVITÉ. 399

Au 31 décembre 1970, la compagnie exploite 4 Boeing 747, 33 Boeing 707 (320, 320 B et 320 C), 44 Caravelle SE-210, 16 Boeing 727 et 3 Bréguet. Au 31 décembre 1979, sa flotte compte : 25 Boeing 747 (dont 4 combinés et 9 « cargos »), 17 Boeing 707 (320 B, 320 C et 5 « cargos »), 20 Boeing 727, 1 Boeing 737 (effectif sur les lignes caribéennes), 14 Airbus (A 300 B2 et A 300 B4) et 16 Caravelle.

GRAPHIQUE N°10 : L'EFFICACITÉ DU NOUVEAU MANAGEMENT À TRAVERS L'EFFONDREMENT DE LA CONFLICTUALITÉ SOCIALE. GRAPHIQUE DU ILO LABOUR STATISTICS DE 2007 425

TABLEAU N°7 : LA DÉSYNDICALISATION COMME EFFET DE SYSTÈME. D'APRÈS LES TRAVAUX DE J. VISSER « UNION MEMBERSHIPS STATISTICS IN 24 COUNTRIES » ANALYSÉS PAR ANTOINE BEVORT ET ANNETTE JOBERT. 426

TABLEAU N°8: LA STAGNATION DE L'EMBAUCHE PNC À LA SUITE DU CHOC PÉTROLIER. DONNÉES ÉLABORÉES AVEC LES BILANS SOCIAUX. 452

GRAPHIQUE N°11: LE NOMBRE D'ACCIDENTS D'AVIONS (1950-1979). GRAPHIQUE ÉLABORÉ AVEC LES DONNÉES DISPONIBLES SUR L'ARCHIVE NUMÉRIQUE BUREAU OF AIRCRAFT ACCIDENTS ARCHIVES ET WIKIPEDIA. 480

GRAPHIQUE N°12 : L'ÉVOLUTION DE L'ÂGE MOYEN DES EFFECTIFS PNC SUR LA PÉRIODE 1965 – 1981. RÉALISÉ AVEC LES ANNUAIRES STATISTIQUES. 505

GRAPHIQUE N°13 : SALAIRE ANNUEL DE JACQUES EXPRIMÉ EN FRANCS D'ÉPOQUE. RÉALISÉ AVEC LES FICHES DE PAYE MENSUELLES. 522

GRAPHIQUE N°14 : ÉVOLUTION DU SALAIRE MENSUEL NET DE JEAN ENTRE 1962 ET 1992 À EURO CONSTANT, RÉALISÉ SUR LA BASE DES FICHES DE SALAIRES DE JEAN. CONVERSION DE LA DEVISE RÉALISÉE GRÂCE AU CONVERTISSEUR INSEE. 523

TABLEAU N°9 : L'ÉVOLUTION DE L'ENDOGAMIE NAVIGANTE SUR LES ANNÉES 1970. TABLEAU RÉALISÉ AVEC LES ANNUAIRES STATISTIQUES. 533

TABLEAU N°10 : LA RÉALITÉ MATERNELLE DES HÔTESSES DE L'AIR D'AIR FRANCE. RÉALISÉ AVEC LES CHIFFRES DES ANNUAIRES STATISTIQUES. 539

GRAPHIQUE N°15: L'ÉVOLUTION SALARIALE DE CHARLINE. GRAPHIQUE ÉLABORÉ AVEC LES FICHES DE SALAIRE DE SEPTEMBRE (CE NE SONT PAS DES SALAIRES ANNUELS). 543

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS **1**

RÉSUMÉ **3**

SOMMAIRE **6**

ABRÉVIATIONS ET NOTES DE LECTURE **8**

INTRODUCTION **12**

ÉTAT DES LIEUX : L'HÔTESSE ET LA PUBLICITÉ AU XXIÈME SIÈCLE **19**

Représenter la Nation 19

Genre, classe, et consommation : l'hôtesse de l'air socialement située 21

UN RENOUVEAU HISTORIOGRAPHIQUE **25**

Le patrimoine historique d'Air France et le silence universitaire 25

L'hôtesse de l'air et son intérêt pour la recherche 29

L'HÔTESSE OU L'AMÉNAGEMENT DES RAPPORTS DE GENRE MODERNES **35**

L'HÔTESSE ET L'AVION, AU CŒUR D'UNE HISTOIRE MATÉRIALISTE DE LA MODERNITÉ 35

L'aviation civile comme étendard historique du projet moderne 35

L'avion ou la réalisation de la culture de l'accélération 38

L'histoire socio-économique de la France 42

Pour une histoire matérialiste de la culture moderne au deuxième XX^{ème} siècle 44

LES RAPPORTS DE GENRE COMME SYSTÈME SOCIAL 47

Le genre comme instrument de l'hégémonie 47

L'hôtesse de l'air, le steward, le pilote et les passagers : un système relationnel au cœur du dispositif de genre 51

L'hégémonie incomplète et le savoir situé 55

MATÉRIEL DE RECHERCHE ET MÉTHODOLOGIE **59**

CORPUS 59

Présentation générale du corpus 59

Témoignages : mode opératoire, difficultés et pertinences 62

Conditions matérielles de la recherche, parcours et difficultés rencontrées 65

PÉRIODISATION 66

L'histoire de l'aviation civile 66

Choix des séquences historiques 68

REPÈRES CHRONOLOGIQUES ET STATISTIQUES **70**

CHAPITRE 1 : LE PERSONNEL DE CABINE COMME EMBLÈME DE LA RÉGÉNÉRATION NATIONALE (DES ANNÉES 1930 À 1954) **76**

1.1. A L'ORIGINE DU MYTHE, LE PREMIER PERSONNEL DE SERVICE EMBARQUÉ **78**

1.1.1. LES « JOCKEY DES AIRS » : UN POIDS PLUME DANS UN MONSTRE D'ACIER 78

1.1.1.1.Les origines du steward d'Air France 78

1.1.1.2 Le steward saisi par des rapports de genre ambivalents 81

1.1.2. DE LA MER AU CIEL, À LA TRACE DES HÔTESSES DE L'AIR DANS LA CULTURE OCCIDENTALE 86

1.1.2.1 Un métier vieux comme les naufrages....86
1.1.2.2. Des femmes courageuses mais diminuées....89
1.2. Les premières hôtesses françaises et la rénovation du régime de genre national....94
1.2.1. La guerre et le régime de genre : régénérer la France et rétablir les identités nationales 94
1.2.2. La mission culturelle et symbolique d'Air France 100
1.2.2.1 Une renaissance économique épaulée par l'État....100
1.2.2.2 Air France comme relais du sentiment national....105
1.2.2.3. Des visages féminins pour soutenir les efforts de reconstruction....111
1.3. La fabrique d'un projet de genre par l'environnement professionnel....114
1.3.1. Fabriquer la féminité des « hôtesses de maisons volantes » 114
1.3.1.1. Technicité des convoyeuses de l'air et mondanité des hôtesses....114
1.3.1.2. Le métier d'hôtesse de l'air comme la mise en valeur d'une féminité moderne....119
1.3.2. L'identité féminine mise sous tension : construire une profession dans un environnement institutionnel masculin 123
1.3.2.1. La configuration genrée de l'environnement professionnel....123
1.3.2.2. Un traitement salarial sexuellement différencié....127
1.3.3. Un métier de service aux fonctions genrées 132
1.3.3.1. La nécessaire standardisation des gestes professionnels....132
1.3.3.2. Entre cabine et galley, l'expression du genre au travail....135
1.3.4. L'hôtesse et l'équipage: égéries genrées et figures hétérosexuelles 139
1.3.4.1. Hôtesses et pilotes, la spectacularisation d'un rapport hiérarchique....140
1.3.4.2. La superposition des rapports de genre aux rapports professionnels....145
1.3.4.3. La fabrique institutionnelle de la masculinité hégémonique....151
1.4. L'hôtesse de l'air, une figure hétérosexuelle moderne....159
1.4.1. L'hôtesse et la stratégie matrimoniale : séduction, éthique et romance 159
1.4.2. Le passager, contributeur de l'américanisation de la France 165
1.4.2.1. La ligne iconique de Paris – New-York....166
1.4.2.2. L'importance structurelle des États-Unis dans le redressement économique du tourisme aérien....171
1.4.2.3. Le rôle de l'aviation dans l'américanisation de la culture....175
1.5. Conclusion....180

CHAPITRE 2 : LES HÔTESSES, UN VISAGE PROFESSIONNEL DU PROJET MODERNE (1954-1960)....186

2.1. La lutte pour la reconnaissance professionnelle du PNC....188
2.1.1. La mobilisation historique du PNC 188
2.1.1.1. L'importance du statut navigant....188
2.1.1.2. Le statut navigant de 1953 et ses limites....193
2.1.1.3 La reconnaissance des qualités professionnelles des PNC....196
2.1.1.4. La finalisation du statut PNC par le décret de 1959....203
2.1.2. Les discriminations genrées du statut PNC 206
2.2. La modernisation d'Air France....210
2.2.1 Le nouveau paradigme économique de l'aviation commerciale : vendre plus de siège 210
2.2.1.1 L'intensification de la concurrence internationale....210
2.2.2.2. Les impasses financières de l'aviation civile....216

2.2.2.3. Le service à bord au centre de la concurrence économique....221
2.2.3. L'IDÉOLOGIE DU PROGRÈS ET SON UTILISATION COMMERCIALE 226
2.2.3.1. La fonction idéologique de l'encadrement....227
2.2.3.2. L'organisation institutionnelle comme signe de modernité....230
2.2.3.3. Le dispositif racial et colonial de la modernité....234
2.2.3.4. Redéfinir la masculinité aérienne au prisme de la technique....243
2.3.3.5. La masculinité technicienne : un projet de genre hégémonique....247
2.3. LES HÔTESSES, D'UNE FÉMINITÉ TRADITIONNELLE AU GLAMOUR....252
2.3.1. LES HÔTESSES DE L'AIR COMME OBJET DE CULTURE 252
2.3.2. LE STRICT ENCADREMENT DE LA FÉMINITÉ DES HÔTESSES D'AIR FRANCE 256
2.3.3. L'HÔTESSE FACE AUX EXIGENCES D'UNE CLIENTÈLE HABITUÉE 260
2.5. CONCLUSION....267

CHAPITRE 3 : LA PARADOXALE FÉMINISATION DE L'AVIATION CIVILE (1960-1970).....271

3.1. L'ÈRE DE LA RÉACTION COMME PROJET DE SOCIÉTÉ....273
3.1.1. LE PROBLÈME HUMAIN DE LA RÉACTION 273
3.1.1.1. Une accélération contestée....273
3.1.1.2. La médicalisation de la condition navigante....276
3.1.2. L'ÂGE D'OR DE L'AVIATION CIVILE, UN MYTHE UTILE 279
3.1.2.1. La difficile réalité économique de l'ère du jet....279
3.1.2.2. L'aviation à la conquête du tourisme de masse....285
3.1.2. LE TRIOMPHE DU BONHEUR ET DE L'OPTIMISME 290
3.2. LA FÉMINISATION DES ÉQUIPAGES....296
3.2.1. LA FÉMINISATION QUANTITATIVE DU PERSONNEL D'EXÉCUTION 296
3.2.2. LA FIN DU CÉLIBAT CONTRACTUEL 302
3.2.2.1. Un procès inédit mais peu visible....304
3.2.2.2. L'éthos de la célibataire....306
3.3. LA FÉMINISATION DE L'IMAGE DE MARQUE AIR FRANCE, UN MARQUEUR DE MODERNITÉ....311
3.3.1. LA FÉMINISATION DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES 311
3.3.2. L'ESTHÉTISATION DE LA FÉMINITÉ AU TRAVAIL 318
3.2.2.1. L'aviation et le champ de la mode....318
3.3.2.2. Fabrication et spectacularisation des normes esthétiques....321
3.3.3. L'HÉTÉROSEXUALITÉ, UN VECTEUR SOUS-ESTIMÉ DE LA MODERNISATION 331
3.3.3.1. L'usage de la féminité comme symbole du pouvoir....332
3.3.3.2. L'accélération des rapports affectifs....338
3.3.3.3. La sexualisation des imaginaires....346
3.4. LA FÉMINISATION COMME CONTRAINTE PROFESSIONNELLE....352
3.4.1. LES FAUSSES « VRAIES PARISIENNES » DES AIRS 352
3.4.2. LA RUPTURE DES PNC AVEC LEUR ENCADREMENT 357
3.4.2.1. Le rapprochement politique des cadres à la direction....357

3.4.2.2. La désynchronisation entre des cadres vieillissants et des jeunes hôtesses....362
3.4.3 La professionnalisation de l'éthos féminin dans le nouvel environnement professionnel 367
3.4.3.1. La dégradation inévitable des conditions du prestige....367
3.4.3.2. La clientèle du « Jet Age », entre « leading man » et femmes modernes....372
3.4.3.2. La valorisation des qualités genrées....379
3.4.4. Une féminisation des revendications toute relative 382
3.5. Conclusion....388

CHAPITRE 4. UN MÉTIER DE RÊVE EN PÉRIODE DE CRISE, L'UTILISATION STRATÉGIQUE DES MYTHOLOGIES DE GENRE (1970 – 1991)....391

4.1. La difficile rénovation de la marque Air France....393
4.1.1. Les conditions d'exploitation face à la crise 393
4.1.2. La démocratisation ségrégative du transport aérien 400
4.1.2.1. L'échec de l'ouverture sociale de l'aviation....400
4.1.2.2. L'ambivalence des campagnes commerciales, du Concorde au Vols Vacances....406
4.3.1. Entre tourisme de masse et individualisation du rapport au voyage 410
4.1.3.1. La diversification de l'activité Air France dans l'infrastructure touristique....410
4.1.3.2. Transformer l'image de marque : vers la valorisation du corps vacancier et de la sensorialité....415
4.2. Le nouvel ordre managérial ou la célébration de l'esprit d'entreprise....423
4.2.1 La réorganisation du monde productif 423
4.2.1.1. La déstabilisation du mouvement révolutionnaire....423
4.2.1.2. La pacification des rapports sociaux au travail....427
4.2.2. La rénovation des rapports sociaux chez les PNC d'Air France 429
4.2.2.1. Le dernier coup d'éclat du syndicalisme combatif chez Air France....429
4.2.2.2. La nouvelle politique contractuelle....433
4.2.2.3. Le syndicalisme comme outil de gestion....436
4.2.2.4. Les formations et leur contenu idéologique....439
4.2.2.5. La promotion de l'éthos communicationnel....443
4.3. Faire face à la dégradation des conditions de travail : l'usage encadré des émotions..449
4.3.1. La dégradation des conditions de travail 449
4.3.1.1. La surcharge des appareils....449
4.3.1.2. La détérioration des gestes de service....453
4.3.1.3. La fin du voyage ou l'accélération des rotations....459
4.3.2. La resignification de l'éthos professionnel 466
4.3.2.1. La transformation du rapport à la clientèle....466
4.3.2.2. « L'égo social » comme outil de valorisation professionnelle....471
4.3.2.3. La valorisation organique des gestes de sécurité....479
4.3.3. Le travail émotionnel comme condition du bien-être professionnel 488
4.3.3.1. L'élaboration du script émotionnel à Air France....489
4.3.3.2. Les implications genrées du travail émotionnel....498
4.3.2.3. L'esprit d'équipage : la nécessaire socialisation navigante....507
4.4. L'effort de la joie ou la promesse d'une vie de rêve....517
4.4.1 Sea, sex and sun : les ressorts officieux de la sociabilité navigante 517
4.4.1.1. Les conditions de la vie de rêve, l'avantage Air France....517
4.4.1.2. Le grand « menu » navigant et la question de la sexualité....527

4.4.2. Le revers sombre d'une vie ensoleillée 535
4.4.2.1 L'instabilité affective..... 535
4.4.2.2. Le choix dévalorisant de la maternité..... 538
4.5. Conclusion..... 547

CONCLUSION GÉNÉRALE..... 551

La modernité et la production d'identités hégémoniques 551
La fonction de l'hôtesse dans le dispositif moderne 553
L'hôtesse de l'air, un artefact de la féminité accentuée 555
La fabrique des représentations contemporaines 558
Les dissonances d'une profession saisie dans sa dimension représentative 559

ANNEXES..... 561

Grille d'entretien 561
Utilisation des archives 567

BIBLIOGRAPHIE..... 572

SOURCES ÉDITÉES..... 587

TABLE DES ILLUSTRATIONS..... 594

TABLE DES GRAPHIQUES ET DES TABLEAUX..... 597

TABLE DES MATIÈRES..... 600

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

Université de Toulouse

Titre : L'hôtesse de l'air "à notre service", Air France et la fabrique de la féminité moderne (1946 - 1991).

Mots clés : Hôtesse de l'air, Féminité, Masculinité , Histoire sociale, Histoire du genre, Air France

Résumé : L'hôtesse de l'air est une figure culturelle à laquelle sont associés de nombreux stéréotypes de genre. Embauchées par Air France à partir de 1946, les femmes navigantes sont médiatisées sous le prisme de la modernité et de l'innovation. En mobilisant leur féminité dans le cadre de ses campagnes commerciales, la compagnie aérienne nationale espère fortifier son image prestigieuse. L'hôtesse s'impose rapidement comme une égérie de la mode, du luxe et de la sophistication féminine. Elle concentre les attributs d'une féminité hyperbolique, dont l'étude se situe au carrefour de l'histoire économique, de l'histoire culturelle et de l'histoire sociale. L'environnement professionnel des hôtesses est fortement masculinisé. L'histoire des hôtesses de l'air permet d'envisager l'évolution des performances d'une féminité modèle, au regard des transformations de la masculinité hégémonique. En d'autres termes, à travers cette image culturelle, cette thèse tente de faire l'économie des rapports de genre propre à la modernité.

Title: Reprensenting France, a Social History of Air France's Flight Attendants (1946 - 1991)

Key words: Social history, Masculinity, Flight attendants

Abstract: The stewardess is a cultural figure associated with numerous gender stereotypes. Hired by Air France in 1946, female flight attendants was portrayed as modern and innovative. By the end of the twentieth century, the stewardess had become part of the contemporary landscape, and erotic fantasies abounded about her. The French national airline hopes to fortify its prestigious image, using the hostess femininity in its commercial campaigns. The iconic flying nurse quickly established herself as a symbol of fashion, luxury and feminie sophistication. She concentrated the attributes of a hyperbolic femininity, the study of which lies at the crossroads of economic history, cultural history and social history. Airhostess's professional environment is highly masculinized, and through the evolution of its femininity performance circulates a history of the hegemonic masculinity's transformations. In other words, this thesis underlines the fabrication of gender relations, within the framework of the modern narrative.