

## L'image de l'hôtesse de l'air dans la presse et dans la publicité, 1946-1969 par Marie Bertrand

Un petit tour d'horizon d'articles et de publicités consacrés aux hôtesse de l'air dans la presse généraliste et féminine.

### 1946, LES PREMIÈRES HOTESSES À AIR FRANCE

C'est en 1946 qu'Air France décide de recruter un personnel féminin à bord de ses avions, en complément des stewards. Une présence féminine paraît souhaitable pour accueillir, servir et rassurer les passagers. La fonction est celle d'une maîtresse de maison, qui s'occupe de ses hôtes, d'où sans doute la dénomination d'hôtesse de l'air. Les stewards gardent leur nom. Selon Bernard d'Astorg, responsable des formations à Air France à l'époque, l'hôtesse doit « incarner la mère qui apporte le boire et le manger, la grande sœur qui borde la couverture, l'infirmière qui se penche, la divinité dont le regard conjure le péril et rend la peur honteuse ». Que de rôles pour une seule personne ! Par delà la phraséologie pompeuse, la compagnie précise plus prosaïquement ses attentes. Les candidates doivent être âgées de 21 ans à

30 ans, mesurer entre 1 m 55 et 1 m 65, peser entre 45 et 60 kgs. Elles sont célibataires ou veuves sans charge de famille, ont le niveau bac, parlent l'anglais et éventuellement une autre langue. Une présentation impeccable, de la prestance, une jolie silhouette et une bonne éducation sont indispensables. L'hôtesse effectue vingt jours de travail effectif par mois.



Logo Air France 1933-1975

### EN UNIFORME

Un article de la revue **Marie-France** annonce en février 1946 le recrutement de 70 à 80 jeunes filles. Pour l'auteur de l'article, les hôtesse ont la responsabilité de représenter « la femme française ». « Par son uniforme qu'étudient actuellement les plus grands couturiers, elle sera la mode française ». Elle sera « la Coiffure », « les Parfums », les « souliers français ». Cette vision exaltée peut se comprendre à une époque où l'on manque de tout et particulièrement de vêtements et de chaussures. Être tout simplement correctement habillée, chaussée de neuf et bien coiffée tient de l'exploit. Loin d'être confiés à de grands couturiers, les premiers uniformes, très proches des tenues militaires, ne sont pas très seyants. Il s'agit d'un tailleur bleu foncé, à la veste sans revers au début, accompagné d'un béret assez volumineux. Par la suite, le tailleur sera mieux coupé pour mettre la taille en valeur, avec une jupe droite. Le petit corsage blanc porté sous la veste doit être totalement fermé. En avril 1946, 11 premières recrues prennent leur poste.

En 1948, les premières publicités d'Air France dans la revue **Plaisir de France** promettent aux voyageurs un très bon re-

pas à bord, argument qui porte dans ces années de pénurie, et la présence d'une hôtesse, qui, connaissant les usages de la vie mondaine, contribue à une « ambiance d'élégance et de bonne humeur ».



Plaisir de France, mars 1948

UN COUPLE HEUREUX!



SOYEZ-LE AUSSI...  
EN VOYAGEANT SUR LE RÉSEAU  
**AIR FRANCE**

VOUS TROUVEREZ À BORD DE SES AVIONS DANS UN CADRE BIEN PARISIEN

- TOUTES LES ÉLÉGANCES DU CONFORT MODERNE
- UNE AMBIANCE D'ÉLÉGANCE ET DE BONNE HUMEUR
- L'ACCUEIL, LA COURTOISIE ET LA CUISINE FRANÇAISE

RENSEIGNEMENTS ET RÉSERVATIONS : AGENCES AIR FRANCE  
ET TOUTES AGENCES DE VOYAGES AGRÉÉES

Plaisir de France, mars 1948

## UNE VRAIE PROFESSION

Au cours des années le métier se professionnalise et perd de son côté mondain. En 1955, hôtesses et stewards deviennent Personnel Navigant Commercial. Un reportage de la revue **'Echo de la Mode'** du 15 novembre 1959 décrit les compétences attendues des candidates : connaître « *les rudiments de la médecine, les formalités administratives, la géographie et les particularités touristiques des différents itinéraires, les caractéristiques de tous les types d'appareils qu'utilise la compagnie. Enfin il faut être entraînée aux techniques du sauvetage* ». La conclusion de l'article est que la vie d'une hôtesse est finalement très monotone. Le turn-over est important, les hôtesses ne travaillent que quelques années avant de quitter le métier, principalement pour se marier. Elles sont mises à la retraite à 40 ans.

sac et les chaussures. Les hôtesses doivent 800 heures de vol par an sur Boeing ; sur Caravelle 720 ; sur avion à hélices : 1050. Elles sont mises à la retraite à 40 ans. Il est précisé que les hôtesses titulaires sont au nombre de 600.

Une photographie en couleurs accompagne l'article. Une hôtesse d'Air France, au centre, porte le nouvel uniforme créé par Marc Bohan pour Dior en 1962, particulièrement représentatif de la haute couture de l'époque. Elle est entourée de collègues de différentes compagnies, et à chaque extrémité de deux hôtesses d'accueil de l'aéroport d'Orly.

Dans un autre article de la même revue, on met en garde les jeunes filles contre les « *professions-mirage* » parmi lesquelles hôtesse de l'air. Malgré ces réticences, ce métier fait rêver dans les années 1960. Il est synonyme d'indépendance, de voyages lointains, de rencontres, d'ouverture sur le monde.



*Echo de la Mode, mars 1964*

En mars 1964, **'Echo de la Mode'** propose un nouveau reportage sur le métier d'hôtesse. On apprend que le salaire de départ est de 1250 F par mois, ce qui correspond environ à 1760 euros en 2019, et peut atteindre ou même dépasser 2000 F (2780 euros). Il est indiqué qu'un aller et retour Paris-Mexico coûte 3700F (5145 euros) ce qui montre que les voyages aériens ne peuvent concerner qu'une minorité privilégiée. Les tenues d'été et d'hiver sont fournies, excepté le

## DANS LA PUBLICITÉ

Des publicitaires vont utiliser l'image de prestige des hôtesses pour valoriser différents produits. On trouve ces publicités surtout dans les années 1955-1970, quand le voyage aérien demeure un luxe hors de portée de la plupart des consommateurs. Faute de voyager, on peut acheter un produit promotionné par le personnel d'Air France.

# LES DOSSIERS D'AEROSCOPE-ATLANTIQUE



C'est ainsi que, sur cette publicité pour Frigeavia dans la revue **Modes et Travaux** de 1961, l'hôtesse ouvre la porte d'un réfrigérateur avec la même aisance que celle de la cabine d'un avion. Le lien entre réfrigérateur et aviation est plus direct, car Frigeavia est une marque de Sud-Aviation, constructeur de la Caravelle, qui a un département appareils ménagers. La publicité suivante, qui associe sur le même visuel la Caravelle et le réfrigérateur, veut jouer sur les deux tableaux. C'est la figure souriante de l'hôtesse qui fait le lien entre les deux produits.

Les hôtesse sont aussi utilisées pour vendre différents produits très éloignés du transport aérien. Les fabricants de lingerie utilisent des hôtesse pour la promotion de leurs marques. Les publicitaires affirment que la silhouette parfaite des hôtesse tient au choix d'un soutien-gorge adapté. Sur la publicité de la revue **Marie-France** de 1957, une hôtesse apparaît à la sortie de l'avion, toujours impeccable malgré les « servitudes d'un long voyage » grâce à son soutien-gorge Star.

LA TECHNIQUE AVIATION **FRIGEAVIA**  
**REFRIGERATEURS** | avec un acier émaillé  
**c'est le CHOIX...**  
**GIRAVIA MACHINES A LAYER** | Semi-automatique 4 kg  
 Capacité entièrement émaillée  
 Un seul bouton de commande  
 EN VENTE dans toute la France, chez les distributeurs **FRIGEAVIA**  
 SOCIÉTÉ FRANÇAISE FRIGEAVIA, S.A. - 8, AVENUE VICTOR-HUGO - PARIS

Modes et Travaux, 1961

au service de l'air : CARAVELLE  
 au service du froid : FRIGEAVIA  
 deux productions SUD-AVIATION  
**FRIGEAVIA**  
 LA TECHNIQUE AVIATION AU SERVICE DU FROID  
 Tous nos modèles  
**DJINN 95**  
**TRIDENT 140**  
**TRIDENT 160**  
**CARAVELLE 240**  
 sont proposés chez  
 les distributeurs **FRIGEAVIA**  
 et au Salon des Arts Ménagers,  
 Stand B 12, Grande Hal  
 48, AVENUE VICTOR HUGO - PARIS  
 CONCESSIONNAIRES UNIFORMES chez les DÉTAILLANTS UNIVERSAL RÉFRIGÉRATION 14, Rue des Capucins LYON

Paris-Match 7 mars 1959

**La minute de vérité**  
 L'avion transatlantique vient de se poser, la passerelle est avancée; au terme du voyage, voici venue pour l'Hôtesse sa "minute de vérité" sa ligne est souple, aisée, elle apparaît aux yeux de tous aussi resplendissante qu'au départ, les servitudes d'un long voyage n'ont pas marqué sa silhouette STAR  
**PECADILLE** très à la mode, assure un décolleté bombé. Peut se porter avec des robes du soir puisque les épaulettes sont amovibles. Existe en bustier.  
**L'IMPERTINENT DENTELLE** soutien-gorge à petite armature en V. Gorge parfait par un jeu de biais et de droit fil. Épaulettes amovibles.  
 galbé par "Tarnill"  
**STAR**  
 os : Boite Postale 39 NEVERS BELGIQUE : 30, R. du Pont Neuf BRUXELLES

Marie-France juin 1957

La seconde publicité, parue dans la revue **Modes et Travaux**, que toutes les femmes de la classe moyenne lisaient, montre une hôtesse faisant le service sous le regard appuyé et ravi des passagers masculins. Le dessin, mieux que la photographie, souligne le côté ambigu du message publicitaire. « Plaire pour elle est un devoir ». Il faut être à la fois sexy et convenable, une double contrainte qui pèse sur les femmes de cette époque.

# LES DOSSIERS D'AEROSCOPE-ATLANTIQUE



Plus que pour toute autre femme, son succès dépend de sa ligne

**cette hôtesse de l'air a choisi le soutien-gorge LOU**

C'est une rayonnante hôtesse de l'air et à bord son allure, sa ligne gracieuse, font l'admiration des passagers. Plaire pour elle est un devoir ; c'est pourquoi elle a choisi le soutien-gorge LOU - "Jeune France" qui non seulement moule sa poitrine d'une manière absolument exceptionnelle, mais la laisse en place en dépit d'une vie très active.

Le soutien-gorge LOU, fabrication 100 % française, est mis au point par les meilleurs techniciens du monde... exécuté par une élite ouvrière... et dans les plus belles dentelles ne supportant aucune coupe ratée.

\* LOU Jeune France 19,95

\* LOU Jeune France, a conçu la jeunesse française.

pour ma ligne j'ai mon **LOU**

Modes et Travaux 1961

La minceur est assez naturellement représentée par l'hôtesse de l'air. Dès les années 60, les entreprises d'eau en bouteille suggèrent que la forme et la sveltesse sont garanties par la consommation de leurs produits. Rien n'est dit nettement, c'est au lecteur de faire le lien. Une hôtesse souriante en gros plan verse un verre de Vittel. Contrairement aux précédentes publicités, le sourire semble plus naturel.

**GRANDE SOURCE... GRANDE FORME !**

**pour garder la ligne**

Vous voulez maigrir ?... effacer ces bourrelets disgracieux et cette cellulite qui vous donnent des complexités?... Tous les jours, pour être séduisante et garder la ligne, buvez VITTEL GRANDE SOURCE aux fruits et dans la journée. D'un côté et riche en magnésium anti-toux, VITTEL GRANDE SOURCE stimule l'eau et la fait respirer dans vos tissus et vous aide à maigrir. C'est une véritable eau de source, pure, fraîche, hygiène comme au sortir de sa montagne natale, une source de vie, de jeunesse et de santé !

**VITTEL**  
Grande Source  
une source sur votre table

pour découvrir la fatigue, pour rester jeune, pour aider vos enfants à grandir

Femmes d'Aujourd'hui, 9 novembre 1961

Une autre publicité, pour un produit d'hygiène féminine met en scène une hôtesse d'accueil d'aéroport, dans une pose spontanée. La publicité rappelle cependant le côté maternel rassurant avec les deux enfants que la jeune femme tient dans ses bras. Le slogan met en valeur « les actives », c'est-à-dire les femmes qui travaillent et qui commencent à être valorisées dans les publicités.

**Pour nous les actives**

...il nous faut la douceur

Ces jours-là, les avions ne s'arrêtent plus. Nous, non plus. Alors, nous prenons toutes les précautions. Comment ?... en allant tout simplement acheter chez notre pharmacien - c'est plus sûr. A propos, chez ce pharmacien, demandez donc cette expérience : dites-lui : "je voudrais la marque la plus douce, la plus agréable, la plus sûre. Toutes chances alors qu'il vous remette une RUBY."

**RUBY**

Femmes d'Aujourd'hui 1969

## UNE PROFESSION COMME UNE AUTRE

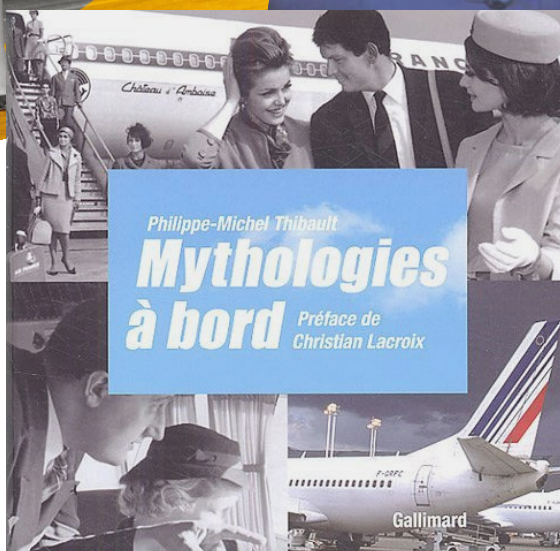
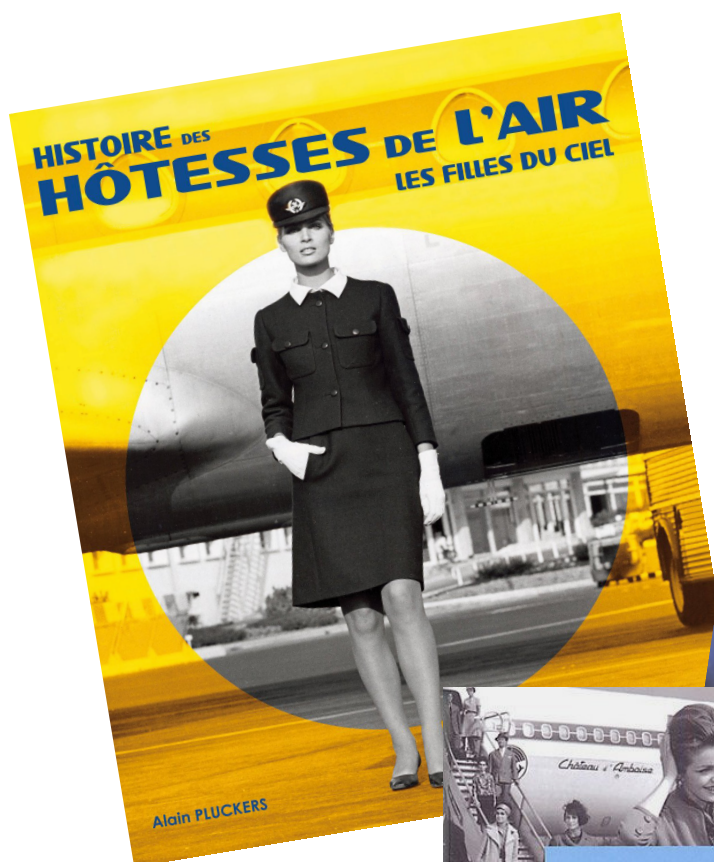
A la fin des années 60, l'hôtesse disparaît peu à peu des publicités et des revues. Le voyage aérien s'est démocratisé et banalisé. Le métier est devenu une carrière comme une autre. Les femmes aspirent à l'expression de leur personnalité et à des métiers plus variés. Cette envie de liberté ne peut plus être représentée par l'image de l'hôtesse, femme à la perfection anonyme et exerçant un métier vu comme typiquement féminin.

**AEROSCOPE ATLANTIQUE**

Association loi 1901

124, rue de l'aviation 44340 BOUGUENAIS

## QUELQUES LECTURES SUR LES HÔTESSES DE L'AIR



**HISTOIRE DES HOTESSES DE L'AIR** de Alain PLUCKERS UGALDE  
**LA VRAIE HISTOIRE DES HOTESSES DE L'AIR** de Olivier MAGNAN  
**MYTHOLOGIES A BORD** de Philippe-Michel THIBAUT

éditions DU MAY ETAI ISBN 9782841021055  
éditions CHRONIQUE ISBN 9782366025347  
éditions GALLIMARD ISBN 9782742414886