

Les hôtesse d'accueil, une féminité à vendre

PAR MATHILDE GOANEC
ARTICLE PUBLIÉ LE JEUDI 28 MARS 2019



Les hôtesse d'accueil, dans les salons, les congrès ou dans le hall des entreprises, recrutées pour incarner « l'éternel féminin », souffrent d'une invisibilité de leurs tâches réelles, accentuée par une sous-traitance devenue la règle. Quels impacts sur leurs conditions de travail et leurs salaires ?

Vous les avez déjà vues, perchées sur des talons, dans les travées d'un salon de l'automobile, à l'entrée du siège d'une grande banque ou distribuant le micro aux invités d'un congrès, souriantes et discrètes. Le travail de ces hôtesse d'accueil, « *jeunes, jolies et sous-traitées* », pour reprendre les mots de l'ouvrage de Gabrielle Schütz, sociologue invitée de cet « Espace de travail », est pourtant rarement interrogé ou analysé.

Considéré comme un job d'appoint, en complément d'études supérieures ou dans l'espoir de percer dans le monde du spectacle, « l'hôtessariat » reste pourtant un domaine qui réunit deux traits marquants du monde du travail contemporain : l'invisibilité du travail réel, accentué par les effets du genre, et les effets délétères de la sous-traitance sur les conditions de travail.

Sur notre plateau, la sociologue Gabrielle Schütz, maîtresse de conférences en sociologie à l'université Versailles-Saint-Quentin-en-Yvelines et chercheuse au laboratoire Printemps, dialogue avec Julie Boulangier, qui a travaillé pendant dix ans comme hôtesse d'accueil et a exercé tant bien que mal des fonctions de déléguée syndicale pour Sud.

Toutes deux rappellent les deux segments principaux de ce marché :

- « *L'événementiel* » d'une part, gourmand d'un profil très particulier, celui de la « *jeune fille blanche de bonne famille* », qui attire nombre d'étudiantes, recrutées avant tout pour leurs qualités physiques, leur bonne tenue et leur féminité « *policée* ».
- « *L'entreprise* » d'autre part, où les employées officient derrière les bornes d'accueil des banques, assurances, sièges sociaux, pour recevoir les visiteurs, répondre au téléphone et, aux étages supérieurs, parfois simplement accueillir les VIP en visite à la direction par un sourire et un café. Ce segment recrute de nombreuses jeunes femmes qui s'installeront dans leur métier, développant des compétences largement invisibilisées. Mais qui pourront cesser d'être rappelées du jour au lendemain si elles ne conviennent pas.

Dans les deux cas, Julie Boulangier et Gabrielle Schütz rappellent tout ce que les fiches de poste taisent : l'aptitude à s'adapter à des univers parfois radicalement différents, la maîtrise des logiciels de téléphonie, l'aisance dans l'élocution, la maîtrise des langues étrangères, ainsi que toutes les tâches « *annexes* », plus proches de l'assistanat de direction, mais qui ne sont pas reconnues comme telles au moment du calcul du salaire.

Car qui sont les patrons des hôtesse d'accueil ? Une multitude d'agences qui proposent leur catalogue d'hôtesse aux entreprises. L'hôtesse d'accueil partage avec la femme de ménage, l'agent de sécurité ou encore le consultant cette caractéristique : elle travaille chez un client, qui n'est pas son employeur, ce dernier étant en général assez étranger au cadre de travail réel. Une double domination, qui permet aussi de constituer une réserve de salariées dociles, très rarement syndiquées, corvéables. Pas ou peu d'évolution de carrière, salaires décollant rarement du Smic, droits syndicaux difficiles à exercer, la négociation est compliquée.

Les hôtesse d'accueil sont également soumises à des « *chartes maison* », plus ou moins contraignantes selon les agences et les *desiderata* de leurs clients ou leur niveau de standing. Hauteur des talons, intensité du maquillage, type de bijoux, mais aussi silhouette,

maintien, attitude, manières... pour accueillir « *comme une bonne maîtresse de maison* », rappelle Gabrielle Schütz, qui relève la filiation avec les hôtesses de l'air. Un « idéal type » féminin ultra-genré, qui laisse la porte ouverte aux violences sexistes et sexuelles, contre lesquelles les employeurs, coincés par leur contrat auprès du client, peuvent avoir du mal à agir.

Si, comme le soulignent nos deux invités, les « *choses ont changé* », notamment dans des salons emblématiques comme ceux de l'automobile ou de la moto, et que le métier se masculinise un peu, l'image de la « *potiche* », sans droits ni savoirs, reste encore vivace. Et le travail de sensibilisation syndical, rappelle Julie Boulangier, confronté au turnover permanent, s'avère un combat à la Sisyphe.

Cette émission est également disponible en module audio (*à retrouver ici*).

Toutes les vidéos de Mediapart.



Gabrielle Schütz, *Jeunes, jolies et sous-traitées, les hôtesses d'accueil*, La Dispute, « Travail et salariat », 2018, 244 pages, 22 €.

Directeur de la publication : Edwy Plenel

Directeur éditorial : François Bonnet

Le journal MEDIAPART est édité par la Société Editrice de Mediapart (SAS).

Durée de la société : quatre-vingt-dix-neuf ans à compter du 24 octobre 2007.

Capital social : 24 864,88€.

Immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS. Numéro de Commission paritaire des publications et agences de presse : 1214Y90071 et 1219Y90071.

Conseil d'administration : François Bonnet, Michel Broué, Laurent Mauduit, Edwy Plenel (Président), Sébastien Sassolas, Marie-Hélène Smiéjan, Thierry Wilhelm. Actionnaires directs et indirects : Godefroy Beauvallet, François Bonnet, Laurent Mauduit, Edwy Plenel, Marie-Hélène Smiéjan ; Laurent Chemla, F. Vitrani ; Société Ecofinance, Société Doxa, Société des Amis de Mediapart.

Rédaction et administration : 8 passage Brulon 75012 Paris

Courriel : contact@mediapart.fr

Téléphone : + 33 (0) 1 44 68 99 08

Télécopie : + 33 (0) 1 44 68 01 90

Propriétaire, éditeur, imprimeur : la Société Editrice de Mediapart, Société par actions simplifiée au capital de 24 864,88€, immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS, dont le siège social est situé au 8 passage Brulon, 75012 Paris.

Abonnement : pour toute information, question ou conseil, le service abonné de Mediapart peut être contacté par courriel à l'adresse : serviceabonnement@mediapart.fr. ou par courrier à l'adresse : Service abonnés Mediapart, 4, rue Saint Hilaire 86000 Poitiers. Vous pouvez également adresser vos courriers à Société Editrice de Mediapart, 8 passage Brulon, 75012 Paris.