



HAL
open science

Défense d'entrer : accès réservé aux femmes : Sociologie des salles de remise en forme "non mixtes"

Cindy Louchet

► To cite this version:

Cindy Louchet. Défense d'entrer : accès réservé aux femmes : Sociologie des salles de remise en forme "non mixtes". Sociologie. Université de Lyon, 2020. Français. NNT : 2020LYSE2051 . tel-03231130

HAL Id: tel-03231130

<https://theses.hal.science/tel-03231130>

Submitted on 20 May 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



N° d'ordre NNT : 2020LYSE2051

THESE de DOCTORAT DE L'UNIVERSITÉ DE LYON

Opérée au sein de

L'UNIVERSITÉ LUMIÈRE LYON 2

École Doctorale : ED 483 Sciences sociales

Discipline : Socio Anthropologie

Soutenue publiquement le 16 novembre 2020, par :

Cindy LOUCHET

**Défense d'entrer : accès réservé aux
femmes !**

*Sociologie des salles de remise en forme « non
mixtes ».*

Devant le jury composé de :

Marie-Carmen GARCIA, Professeure des universités, Université Claude Bernard Lyon 1, Présidente

Anaïs BOHUON, Professeure des universités, Université Paris Saclay, Rapporteuse

Manuel SCHOTTE, Professeur des universités, Université de Lille, Rapporteur

Olivier BESSY, Professeur des universités, Université de Pau et Pays de l'Adour, Examineur

Christine DESTREZ, Professeure des universités, ENS Lyon, Co Directrice de thèse

Oumaya HIDRI NEYS, Professeure des universités, Université d'Artois, Co Directrice de thèse

THESE

En vue de l'obtention du

DOCTORAT DE L'UNIVERSITE DE LYON

Délivré par :

Université Lyon 2 Lumière

Présentée par :

Cindy Louchet

Le 16 novembre 2020

Titre :

Défense d'entrer : accès réservé aux femmes !

Sociologie des salles de remise en forme « non mixtes »

Ecole doctorale et discipline ou spécialité

ED 483 Sciences Sociales

Unités de recherche :

Centre Max Weber (UMR 5283) et URePSSS - Atelier SHERPAS (ULR 7369)

Directrices de Thèse :

Christine Détrez et Oumaya Hidri Neys

Jury :

Olivier Bessy PU Examineur

Anaïs Bohuon PU Rapporteur

Christine Détrez PU Directrice de thèse

Marie-Carmen Garcia PU Examinatrice

Oumaya Hidri Neys PU Directrice de thèse

Manuel Schotté PU Rapporteur

Remerciements

Avant d'entrer dans le vif du sujet, il me faut d'abord remercier les personnes ayant contribué, chacune à leur manière, à l'aboutissement de cette thèse.

Mes premières pensées vont tout naturellement à Oumaya Hidri Neys qui a quelque peu bouleversé mes ambitions professionnelles en m'encourageant vivement, et c'est peu dire, à poursuivre mon parcours universitaire au-delà du Master. L'idée qu'elle avait instillée dans mon esprit a fini par faire son chemin et sa force de persuasion comme son insistance, deux années durant, ont su me convaincre d'envisager une perspective à laquelle je n'aurais jamais osé aspirer. Sans elle je ne me serais jamais autorisée une telle aventure, cette folie diront d'autres, sans elle, ce manuscrit n'aurait jamais vu le jour, alors je ne peux que la remercier pour cela.

Je me dois ensuite de remercier Christine Détréz qui a accepté d'apporter son soutien, son expertise, de collaborer avec Oumaya Hidri Neys et moi-même pour mener à bien cette recherche. L'éloignement géographique et la co-direction faisant, la réalisation de ce doctorat aurait pu être autrement plus compliquée, et pourtant il n'en est rien. Elles ont toutes deux su être présentes à leur manière, chacune allant de ses conseils, de ses propositions, de son regard.

Malgré un encadrement à quatre mains et un rattachement au sein de deux laboratoires de recherche, il n'est pas rare que le.a doctorant.e se sente seul.e dans la conduite de son travail, dans son quotidien. Pour ma part, j'ai pu compter sur l'ensemble des membres de l'Atelier Sherpas¹ dirigé par Williams Nuytens. Une équipe qui a largement contribué à former l'apprentie chercheuse que je suis - par le biais des séminaires organisés mensuellement, des discussions informelles ainsi que des moments de convivialité - et à soutenir tant logistiquement que financièrement la valorisation scientifique de mes travaux, là encore des remerciements sont donc de rigueur. Parmi ce collectif, il me faut plus particulièrement remercier Audrey Gozillon, Sarah Pochon, Noémie Beltramo, Marine Fontaine, Jean Brehon, Hugo Juskowiak, Loïc Sallé et Nathalie Jelen pour leur accueil chaleureux, leur bienveillance, leurs conseils, leur bonne humeur et les fous rires qui ont rythmé mes années doctorales.

¹ Habitant et travaillant dans la région des Hauts-de-France, j'ai noué davantage de liens avec l'équipe du Sherpas, expliquant mon plus grand attachement et ma proximité avec cette dernière.

Enfin, je ne peux oublier celui qui partage ma vie depuis treize ans, Valentin, devenu malgré lui spécialiste en matière de salles de fitness interdites aux hommes. Nos années de doctorat n'ont pas été de tout repos, ne se sont pas déroulées tel que nous l'avions envisagées - elles ont même parfois été particulièrement éprouvantes - et pourtant tu as su me soutenir, croire en moi jusqu'à l'achèvement de ce manuscrit. Alors merci !

Sommaire

Remerciements

Sommaire

Introduction générale	p.1
Chapitre 1 : Poser la question de la (non) mixité	p.7
Introduction	p.7
1. Espoirs et illusions de l'équation mixité = égalité dans le système scolaire	p.7
2. Une mixité de façade ... des inégalités persistent sur le marché du travail	p.14
3. La mixité : le trompe l'œil du monde sportif ?	p.18
3.1. Un « fief de la virilité »	p.18
3.2. Une évolution progressive à partir des années 60/70	p.21
3.3. Une évolution quantitative mais pas qualitative	p.22
4. Focus sur le marché de la forme	p.25
4.1. Se démarquer du sport fédéral	p.26
4.2. Se positionner sur un marché concurrentiel	p.28
4.3. Les centres de remise en forme d'un nouveau genre	p.29
4.4. L'hypothèse d'espaces de pratique moins discriminants	p.31
4.5. Et si non-mixité rimait avec égalité au sein des salles réservées aux femmes	p.32
Chapitre 2 : L'envers du décor	p.35
Introduction	p.35
1. Les coulisses de l'enquête	p.37
1.1. Enquêter à distance	p.37
1.2. Une entrée sur le terrain incertaine	p.41
1.3. Se révéler aux yeux de tous (ou presque)	p.47
2. Endosser un nouveau rôle : quand la doctorante devient cliente ...	p.53
2.1. Enquêter en libre-service	p.53
2.2. Enquêter sous-contrôle : une expérience singulière au sein des centres <i>Curves</i>	p.55
2.3. Se prêter au bilan de forme : l'heure des premiers résultats	p.62
2.4. Assumer publiquement l'apprentie-chercheuse que je suis	p.66
2.5. Quand le corps est mis en mots	p.71
Chapitre 3 : Opérer une distinction de genre pour exister : une communication inédite sur le marché de la forme	p.77
Introduction	p.77
1. Une communication genrée	p.81
1.1. Parler aux femmes et uniquement aux femmes	p.81
1.1.1. <i>Lever le temps des inhibitions</i>	p.84
1.1.2. <i>L'idéal corporel en ligne de mire</i>	p.86
1.2. Les couleurs du genre sur le marché de la forme	p.88
2. Des propositions de services spécialement conçues pour les femmes	p.92
2.1. Ouvrir les possibles pour conquérir toujours plus de client.e.s	p.92

2.1.1. <i>S'implanter pour perdurer : la rentabilité comme leitmotiv</i>	p.92
2.1.2. <i>Une pratique physique (sans) contrainte dans le temps</i>	p.95
2.1.3. <i>Un tarif et des prestations à la hauteur du recrutement social des client.e.s</i>	p.97
2.2. <i>Diversification versus spécialisation : quand les salles de remise en forme font le grand écart</i>	p.102
2.2.1. <i>Le cardio-training sous toutes ses formes</i>	p.102
2.2.2. <i>Le fitness ou la force du collectif</i>	p.104
2.2.3. <i>Des espaces dédiés à la prise de masse</i>	p.106
2.2.4. <i>Des propositions de services conjuguées « au féminin »</i>	p.107
3. Les acteur.rice.s de la forme mis en image	p.111
3.1. <i>Une mise en scène éclatante du « produit » fitness</i>	p.111
3.1.1. <i>Des corps modèle au détriment du corps « réel » : le choix publicitaire opéré par les salles mixtes</i>	p.112
3.1.2. <i>Reléguer les canons de beauté au second plan : la stratégie des salles unisexes</i>	p.116
3.2. <i>Quand les pratiquantes deviennent ambassadrices de la quotidienneté</i>	p.121
3.2.1. <i>Témoigner d'une plus grande diversité malgré la non-mixité</i>	p.122
3.2.2. <i>Se jouer des apparences ?</i>	p.127
3.3. <i>Les entrepreneur.se.s du corps et de la forme sur le devant de la scène</i>	p.130
3.3.1. <i>L'apparence physique des professionnel.le.s taillée sur mesure</i>	p.130
3.3.2. <i>Avoir le « physique de l'emploi » : un capital à valoriser ?</i>	p.134
Conclusion	p.136
Chapitre 4 : Espaces (non)mixtes, si différents ?	p.143
Introduction	p.143
1. Un espace de remise en forme adapté au « pratiquer » féminin	p.145
1.1. <i>Dissimuler pour plus « d'intimité »</i>	p.145
1.2. <i>Exiguïté et « convivialité » peuvent-ils vraiment rimer ?</i>	p.150
1.3. <i>Créer un espace où il fait bon vivre</i>	p.154
1.4. <i>De l'anonymat à l'individualisation des relations de services</i>	p.159
2. Penser la neutralisation des regards une fois à l'intérieur	p.163
2.1. <i>Quand le reflet de soi est difficilement acceptable</i>	p.164
2.2. <i>Quand le corps est soumis à l'évaluation de l'autre</i>	p.166
2.3. <i>Se prémunir des jugements portés sur l'apparence physique</i>	p.171
3. Ce que pratiquer « sans homme » veut dire	p.176
3.1. <i>Neutraliser les rapports de séduction hétérosexuels par la non-mixité</i>	p.176
3.2. <i>Une pratique sans complexe et sans entrave</i>	p.180
3.3. <i>Séparer pour mieux rapprocher</i>	p.183
3.3.1. <i>Des relations singulières mais éphémères</i>	p.186
3.3.2. <i>Réduire la distance de la relation de services</i>	p.188
4. Et quand l'homme réapparaît	p.190
4.1. <i>Des femmes rien que des femmes</i>	p.192
4.2. <i>Etre un homme parmi les femmes</i>	p.197
4.2.1. <i>S'effacer pour être accepté, une nécessité ?</i>	p.198
4.2.2. <i>Cultiver sa différence : un atout pour exister et perdurer parmi les adhérentes ?</i>	p.201
Conclusion	p.206
Chapitre 5 : Une injonction à la santé d'un nouveau genre	p.211
Introduction	p.211
1. Courber l'échine pour garder la ligne	p.213
1.1. <i>Prendre la mesure de son corps</i>	p.213

1.2. Se délester du « superflu »	p.217
1.3. De la contrainte naît le mérite	p.221
1.3.1. <i>Du corps objectivé aux pratiques corporelles déviantes</i>	p.224
1.3.2. <i>D'une redondance efficace</i>	p.227
1.4. Une transformation jamais aboutie	p.230
1.4.1. <i>Le poids en ligne de mire</i>	p.232
1.4.2. <i>De la maîtrise du muscle</i>	p.234
2. Curves, la promesse d'une pratique hygiénique plus qu'esthétique	p.240
2.1. Une publicité pour promouvoir la santé	p.242
2.2. Des professionnel.le.s formé.e.s et certifié.e.s en conséquences ?	p.249
2.2.1. <i>Penser le pathologique pour sécuriser et optimiser la pratique</i>	p.249
2.2.2. <i>Un ancrage sanitaire traduit en mots et en actes</i>	p.252
2.3. Diagnostiquer les corps	p.256
2.3.1. <i>Entre appréhension et acceptation, la pression du premier diagnostic</i>	p.256
2.3.2. <i>De la catégorisation des corps</i>	p.261
3. De la beauté quel qu'en soit le prix	p.265
3.1. De la quantification de la performance corporelle	p.266
3.2. Contrôler la transformation corporelle	p.274
3.2.1. <i>Un contrôle qui opère</i>	p.274
3.2.2. <i>Entre satisfaction et insatisfaction : des résultats en demi-teinte</i>	p.278
3.3. De la performance naît la réussite	p.284
3.3.1. <i>Sanctionner publiquement les performances corporelles</i>	p.285
3.3.2. <i>Une reconnaissance par les pairs soigneusement orchestrée</i>	p.289
3.3.3. <i>Une réussite jamais totalement assouvie</i>	p.292
Conclusion	p.295
Conclusion générale	p.299
Bibliographie	p.305
Table des matières	p.327
Table des illustrations	p.327
Table des encadrés	p.328
Table des tableaux	p.328
Annexes	p.330
Annexe 1	p.330
Annexe 2	p.334
Annexe 3	p.338
Annexe 4	p.339
Annexe 5	p.339
Annexe 6	p.340
Annexe 7	p.343
Annexe 8	p.344
Annexe 9	p.346
Annexe 10	p.347
Annexe 11	p.348
Annexe 12	p.349
Annexe 13	p.350
Annexe 14	p.351

Introduction générale

« Vous êtes GROSSES, vous êtes MOCHES... payez 19€90 et soyez seulement MOCHES² », « Perdre du poids ça devrait être comme perdre sa virginité, une fois que tu l'as perdue, c'est fini, tu ne la récupères plus. Arrêtez de vous mentir, faites du sport³ ».

Ces formules choisies par les centres de remise en forme mixtes pour promouvoir leurs propositions de services sportifs et les bienfaits de la pratique du fitness sur le corps de leurs clientes⁴ ont fait le tour de l'hexagone, jugées par les médias, les utilisateur.rice.s des réseaux sociaux et Laurence Rossignol - alors Ministre du Droit des femmes - comme étant sexistes, grossophobes, discriminantes et stigmatisantes. Et les salles de fitness n'en sont pas à leur premier « *bad buzz* », pour reprendre l'expression consacrée sur la toile comme dans la presse. En pénétrant ces espaces de pratique, la communauté scientifique a d'ailleurs montré que ce ne sont pas seulement les supports communicationnels mais aussi les choix entrepris par les professionnel.le.s du secteur, les comportements des abonné.e.s qui sont en cause (Haissat et Travailot, 2012 ; pour ne citer qu'eux). Il faut dire que le corps est devenu un capital à part entière (Pagès-Delon, 1989 ; Louveau, 2007 ; Queval, 2008), et plus encore quand on est une femme, un capital marqué par nombre d'injonctions normalisatrices imposant de s'employer quotidiennement - aux moyens d'artifices, que l'on pourrait qualifier de superficiels (que sont les vêtements, le maquillage ou encore la coiffure) mais aussi et surtout de l'activité physique et/ou de l'alimentation qui se veulent être des actions plus profondes - afin de paraître dans l'espace social. Des actions qui constituent l'essence même de ces entreprises privées marchandes. Si la sociologie des structures dédiées au corps et à la forme a trouvé sa place dans ce travail doctoral, demeurant étroitement liée à mon terrain d'enquête, c'est une sociologie des salles de fitness restreignant leur accès aux femmes et seulement aux femmes que je me propose de réaliser.

² Ce slogan a été choisi par l'établissement Vita Liberté pour promouvoir l'ouverture d'un nouveau centre à Nice, lors de l'été 2015.

³ Une formule mobilisée lors de la campagne publicitaire de la structure Aloha Fitness de Sartrouville, au printemps 2016.

⁴ Les textes présentés ci-avant sont en effet accompagnés de représentations visuelles où seules une femme et un personnage représentant une femme sont mis en images.

Au cours de mon parcours en Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives (STAPS), une formation qui se veut pluridisciplinaire, j'ai pu m'initier plusieurs années durant aux sciences humaines et sociales. Si la psychologie et l'histoire était au programme, c'est à l'étude sociologique que je me suis essayée pour mes premiers pas dans le monde de la recherche - en réalisant un entretien avec un encadrant exerçant son activité professionnelle au sein d'un centre de remise en forme unisexe - à l'occasion d'un cours de Méthodologie d'enquête⁵. Les propos de mon interlocuteur comme la découverte de cet espace d'un nouveau genre m'ont laissée perplexe, soulevant nombre de questionnements. Depuis quand existe-t-il des salles de fitness interdites aux hommes ? Est-ce légal ? Cette séparation des sexes est-elle répandue sur le « *marché de la forme* » (Mischler et Pichot, 2005, 249) ? Comment justifient-elles leur existence ? Sont-elles différentes des centres de remise en forme mixtes ? Si oui, quelles sont leurs spécificités ? Les femmes sont-elles réellement prêtes à pousser la porte d'un tel établissement ? Si oui, à quoi cela tient-il ? etc. Il n'en a donc pas fallu davantage pour éveiller ma curiosité, me conduisant à m'emparer de cet objet dès la réalisation de mon mémoire⁶ de Master 1 Management du Sport, sous la direction d'Oumaya Hidri Neys. Et il ne pouvait s'inscrire, tel que je l'envisageais, que dans le champ de la sociologie. « *Pourquoi la sociologie ?* », pour reprendre le titre d'une publication de Sylvie Monchatre (2007). Pour, plusieurs raisons qui ne pourraient être imputées à un choix par défaut, pour faire écho aux propos de l'auteure, mais plutôt aux spécificités de mon terrain d'enquête.

Si la question de la (non) mixité n'est pas nouvelle, elle a d'ailleurs fait l'objet de nombreux travaux dans diverses disciplines - qui relèvent notamment de l'histoire, de la sociologie ou encore des sciences de l'éducation et ce, dans différents domaines de la vie sociale - elle se veut récente sur le marché de la forme. Au regard de sa contemporanéité, l'étude des salles de remise en forme strictement réservées aux femmes se devait, à mon sens, d'être menée dans le temps présent, d'autant que leur apparition et leur existence continue d'occuper le débat public et de provoquer de vives réactions dans les médias. L'attention portée à cette « nouveauté », qu'elle soit le fait de personnalités politiques ou du grand public, n'a cependant pas suscité l'engouement de la communauté scientifique rendant notre objet encore plus heuristique et stimulant. Un enthousiasme qui ne doit pas masquer les contraintes liées à ce désintérêt, à savoir l'absence de connaissances, de matières, de repères sur lesquels m'appuyer. Je me devais donc d'être prudente dans ma démarche de recherche, une prudence que seule la méthode inductive

⁵ Ce cours est apparu en troisième année, lors de ma spécialisation en Management du sport.

⁶ Soutenu le 17 juin 2014 à FSSEP de l'Université Lille 2, il s'intitule « *No men, ni mirror, no make up. Etude d'une 'nouvelle' offre de services de remise en forme* ».

semblait pouvoir m'offrir. En procédant ainsi, c'est-à-dire en me laissant guider par mon terrain d'enquête, je me laissais le temps d'apprendre, de passer de l'inconnu au familier, je m'ouvrais les possibles et m'octroyais une liberté presque totale. Une manière de faire qui m'a accompagnée tout au long de mon travail de recherche et qui est devenue centrale tant dans la construction de mon objet que dans la production des données (Guillemette et Luckerhoff, 2009).

En m'emparant de celui-ci et au regard de ses spécificités, il me fallait questionner la notion de (non)mixité pour tenter de comprendre ses effets sur les femmes et les hommes, sur les institutions, sur la vie sociale ainsi que les éventuelles résistances auxquelles elle pouvait se heurter comme d'autres sociologues ont pu le faire avant moi dans les domaines ayant trait au sport (Saouter, 2015 ; Mennesson, 2006b) ou à la culture (Octobre, 2014) par exemple. Et c'est là tout l'enjeu de mon premier chapitre. La sociologie du sport a d'ailleurs apporté un éclairage particulièrement utile pour saisir les principes régissant la séparation des sexes - cette dernière étant la norme (Bohuon et Quin, 2016) - mais elle demeurait insuffisante pour appréhender son pendant : la coexistence des femmes et des hommes dans un même espace. Pour y remédier, il convenait de dépasser le champ sportif, les emprunts à la sociologie de l'école et du travail ont, en ce sens, été précieux. Ils ont permis de rendre compte d'une part, du cadre législatif et de ses évolutions dans le temps, des manières de faire, des avancées en matière d'égalité femmes/hommes (Duru-Bellat, 2011 ; Kergoat, 2014 ; Vouillot, 2012) et d'autre part, des réticences, des contournements, des exclusions, des plafonds de verre dans le système scolaire comme dans le monde du travail (Mosconi, 2004 ; Zaidman, 2007 ; Maruani, 2011). Forte de l'appropriation de cette littérature, vaste et enrichissante, mes questionnements quant à l'existence et le fonctionnement des salles de fitness unisexes ont trouvé une raison d'être ou plutôt une légitimité, m'invitant à construire mon dispositif empirique et ainsi à préparer l'investigation du terrain. Car, même si le recours à la méthode inductive me conférait nombre de libertés, elle n'altérerait en rien la rigueur scientifique, l'organisation et la précision du processus de recherche à l'œuvre. C'est celui-ci que je m'attache à développer au cours du deuxième chapitre.

En mettant en récit les coulisses de l'enquête, j'espérais rendre compte du travail effectué, du cheminement réalisé, des outils et méthodes mobilisés, des postures adoptées au gré des contextes et situations. Une honnêteté scientifique nécessaire (Chamboredon, Pavis, Surdez et Willemez, 1994 ; Bizeul, 1999), pour faire la preuve de la validité de ma démarche et des résultats qui en découlent, et permettant également au lecteur de voir, d'entendre, en somme de découvrir de manière progressive, comme j'ai pu le faire, ce qu'il se joue entre les murs de ces

espaces interdits aux hommes. Je livre ainsi la manière avec laquelle j'ai opéré avec les supports communicationnels textuels comme visuels, produits par ces structures d'un nouveau genre, amenant au traitement et à l'analyse de 3 235 photographies. Je donne à voir la façon dont j'ai appréhendé mes trois cent cinquante heures d'observations (non)participantes au sein de différents centres de remise en forme et les moyens mis en œuvre pour mener à bien des entretiens semi-directifs avec les gérant.e.s et encadrant.e.s (n=43) ainsi que leurs clientes (n=27). Afin de faire parler les données recueillies, la sociologie s'est avérée, là encore, pertinente. Et cela s'apprécie dès le troisième chapitre consacré à l'étude des supports publicitaires.

A travers ce dernier, il s'agissait tout d'abord, de rompre avec l'ignorance qui était la mienne en observant à distance les pratiques et les usages effectifs au sein de ces salles de fitness exclusivement réservées aux femmes. Ensuite, il me fallait tenter de comprendre comment elles justifient leur existence - dans une société qui prône la mixité de genre, de race, de classe pour ne citer que celles-ci - et enfin comment elles se donnent à voir au monde extérieur. Pour ce faire, j'ai analysé les arguments avancés par les professionnel.le.s du secteur pour légitimer la non-mixité imposée en leur sein, leurs propositions de services, procédé à une comparaison avec leurs homologues mixtes et situé la manière dont ces structures se placent vis-à-vis des normes corporelles de genre. Les résultats de cette première enquête, laissant apparaître des pratiques originales pour ne pas dire inédites sur le marché de la forme, m'ont invitée à poursuivre l'investigation *in situ*⁷ cette fois, par le biais d'observations et d'entretiens.

De nouveaux éléments qui ont permis d'envisager, dans un quatrième chapitre, la description et la caractérisation des lieux à travers leur agencement, leurs éléments décoratifs ; de poursuivre l'étude de leurs services sportifs en m'attachant à observer, directement cette fois, l'ensemble des propositions faites aux femmes, le matériel et l'encadrement mis à leur disposition ; d'observer les conséquences de l'interdiction d'adhésion faite aux hommes sur la manière de s'adonner à leur pratique d'entretien, sur les modes de sociabilité et pour finir d'examiner les pratiques professionnelles effectives au sein d'un « gynécée » (Jacques, 2012 ; Jablonka, 2015).

Autant de matières analysées qui ont encouragé à questionner, dans un cinquième et dernier chapitre, les « *techniques de soi* » (Foucault, 1994, 213) autrement dit les prescriptions émises par les membres du personnel en matière d'apparence physique, la manière dont elles sont reçues, mises en application et ou contestées par les clientes en fonction de leurs attentes

⁷ Je reprends ici le titre de différentes publications sous la direction d'Éric Perera et de Yann Beldame (2016).

corporelles et des efforts qu'elles consentent à réaliser pour entretenir et/ou transformer leur silhouette. Ainsi, j'ai été en mesure d'interroger entre autres choses les raisons qui poussent les femmes à s'adonner à leur activité d'entretien corporel dans des espaces ségrégués ; les procédures mises en place par les institutions sportives pour encadrer la pratique physique et sportive de leurs adhérentes et la manière dont elles sont éprouvées par ces dernières ainsi que les processus de transformation des individus au sens où Muriel Darmon (2006) l'entend. Et finalement, c'est bel et bien à travers la sociologie du sport, du corps et du genre et des rapports sociaux de sexe que j'ai pu rendre compte de ce que pratiquer dans un entre-femmes signifiait, que j'ai pu penser les dispositifs de domination à l'œuvre, que j'ai pu « *interroger (...) les discours qui la légitiment, (...) les mécanismes concrets qui la rendent possible [ainsi que] les stratégies collectives qui permettent de s'en émanciper* » (Monchatre, 2007⁸).

⁸ Ce document ayant été consulté en ligne la pagination n'apparaît pas, ce qui explique son absence dans le corps du texte. Nous procéderons ainsi tout au long de cette thèse.

Chapitre 1 : Poser la question de la (non) mixité

Introduction

La mixité de genre⁹, définie comme « *un construit social et historique qui renvoie très directement à la façon dont notre société traite de la question de la différence des sexes* » (Fortino, 2002, 10), demeure historiquement liée à celle de l'égalité entre les femmes et les hommes dans l'espace social. Une égalité qui s'est progressivement construite, favorisée par l'instauration de nombreuses lois allant du droit de vote à la mixité imposée au sein des écoles publiques ou encore au principe d'égalité salariale (1972 et 2006) et professionnelle (1983 et 2001) (Octobre, 2014). Nicole Mosconi (2004, 172) précise plus encore la relation entre mixité et égalité entre les sexes, en faisant de la première la condition nécessaire à une véritable réussite de la seconde. Ainsi, si l'on suit ces définitions, la non-mixité serait une atteinte à l'égalité. Partout où il y a mixité, il y aurait égalité. La question est alors de savoir si on peut penser l'égalité sans la mixité ? La revue de littérature qui suit permet de renseigner la relation entre mixité et égalité, une condition nécessaire mais loin d'être suffisante.

1. Espoirs et illusions de l'équation mixité = égalité dans le système scolaire

L'école républicaine française est souvent considérée comme la « *vitrine de l'égalité et de la mixité comme mode de relations entre les sexes* » (Zaidman, 2007, 209). Pourtant, il faut attendre la circulaire du 3 juillet 1957 pour que les termes « mixité » et « éducation » soient associés en France, au côté de la « *gémiation et [de la] coéducation¹⁰* », et deux ans de plus pour que soient légalisés les lycées mixtes, par le biais de la réforme Berthoin (Gauthiez-Rieucou, 2010). Pour autant, la mixité au sein de l'école n'a pas constitué immédiatement la norme dominante : la généralisation des « classes mixtes » de la maternelle au lycée n'a été rendue possible que par les décrets d'application de la loi Haby en 1976 (Gauthiez-Rieucou, 2010 ; Couchot-Schiex et Deriaz, 2013)¹¹. Ici, parler de mixité laisse entrevoir des filles et des

⁹ L'expression a été consacrée en titre des deux journées d'étude des doctorant.e.s Arpège du jeudi 2 et vendredi 3 avril 2015 à l'Université Toulouse – Jean Jaurès.

¹⁰ Dominique Gauthiez-Rieucou (2010) s'appuie sur les travaux de Michelle Zancarini-Fournel (2004). Coéducation, gémiation, co-instruction, mixité : débats dans l'Éducation nationale (1882-1976). In Rogers, R. (Dir). *La mixité dans l'éducation. Enjeux passés et présents*. Lyon : ENS éditions, 25-32.

¹¹ Par ces décrets, l'interdiction de réunir filles et garçons dans le cadre de l'instruction (ordonnance de 1816) prend fin. Malgré cette séparation des sexes imposée d'un point de vue légal, certaines municipalités ont fait le choix de la mixité pour des raisons économiques, admettant ainsi des filles au sein des écoles dites de garçons (Pezeu, 2011 ; Maruéjouls, 2011). Geneviève Pezeu a d'ailleurs consacré une thèse de doctorat sur ce sujet, intitulé

garçons partageant un même environnement, qu'il s'agisse de la classe ou de la cour de récréation, recevant un même enseignement, se soumettant à des règles communes. En ce sens, on comprend que « *la mixité est pensée comme une valeur (...), un progrès vers l'égalité* » (Fumat, 2010, 7). Mais cette idée apparaît utopiste dès lors que l'on se penche sur les recherches menées au sein de l'école française, qui se révèle être « *une scène aux apprentissages et à l'exercice des rapports sociaux de sexe* » (Vouillot, 2012). Marie Duru-Bellat (2011) - en observant à la fois la manière dont fonctionnent les classes en situation de mixité et l'incidence que cela peut avoir sur les comportements et performances des filles et des garçons - a d'ailleurs montré que la co-existence des deux sexes se voulait ambivalente, l'invitant à interroger la nature même de l'égalité entre les unes et les autres dont elle est censée être le vecteur. La sociologue met au jour la manière dont les enseignant.e.s adoptent des comportements différenciés en fonction du sexe de l'élève, en consacrant par exemple une moindre attention aux filles (44% de leur temps contre 56% pour les garçons) ou encore en faisant bénéficier les garçons d'un traitement personnalisé quand elles sont davantage appréhendées en tant que groupe. Les études menées par Nicole Mosconi (2004) mettent en évidence la manière dont l'institution scolaire contribue par ses principes, son organisation ou encore la transmission de ses savoirs, à socialiser différemment et inégalement les filles et les garçons.

Cela s'apprécie d'abord à travers les manuels scolaires. Ces derniers, « *outils pédagogiques, supports de la formation occup[ant] une fonction socialisatrice en diffusant des modèles sociaux, des normes et des valeurs* » (Détrez, 2015, 57), sont loin d'être neutres. Ils ne promeuvent pas toujours, loin s'en faut, l'égalité entre les sexes. Selon Dominique Gauthiez-Rieucou (2010), ils constituent même, d'un point de vue textuel comme visuel, des modes d'expression intarissables de la transmission des stéréotypes genrés. Parmi les vingt-deux manuels de lecture du Cours préparatoire étudiés par le Centre Hubertine Auclert¹², seules 22% des femmes représentées exercent une activité professionnelle, quand on compte 42% d'hommes. Ces dernières demeurent invisibles ou presque dans les métiers scientifiques (3%) et plus encore dans le rôle de maintien de l'ordre (1%). Cependant, elles apparaissent majoritaires (70% sont des femmes) dès qu'il s'agit de réaliser des tâches domestiques, ayant trait à la cuisine ou au ménage, ou en lien avec celles-ci, tel que faire les courses (pour cette

Coéducation, coenseignement, mixité. Filles et garçons dans l'enseignement secondaire en France (1916-1976).

¹² Cet organisme associé à la région Ile-de-France œuvre pour l'égalité Femmes-Hommes et publie notamment sur leur site différentes études : « *La représentation des femmes dans les manuels d'histoire de seconde et de CAP* », « *Les représentations sexuées dans les manuels de mathématiques de Terminale* », « *La représentation des femmes dans les manuels scolaires de français* », pour ne citer que quelques exemples. <https://www.centre-hubertine-auclert.fr/les-missions>, consulté le 15 mars 2017 à 09h24.

activité, elles sont représentées à hauteur de 85%). En définitive, ces manuels donnent à voir une image des femmes et des hommes dans des rôles plus stéréotypés qu'ils ne le sont dans la vie sociale (Collet, 2016). Il en va de même avec les manuels scolaires d'histoire, certains chercheurs leur reprochant d'ignorer le rôle joué par les femmes (Buisson-Fenet et Morin-Messabel, 2017), ou encore ceux de français et de mathématiques (Lignon, Porhel et Rakoto-Raharimanana, 2013) qui perpétuent les stéréotypes de genre par le biais de leurs supports imagés.

Cela s'apprécie également à l'aune des attentes normatives genrées des différents acteurs du système scolaire : les filles se devant d'être « *plus scolaires, appliquées, calmes, dociles* » (Barthou¹³, 2014, 170) que les garçons, ce qui a pour effet de renforcer la « *socialisation féminine traditionnelle [mais également] la division sexuelle du travail* » (Zaidman, 2007, 213-214). Pour ces derniers, la mixité n'est pas sans conséquence. Même si communément, les enseignant.e.s considèrent la coexistence des deux sexes comme régulatrice des comportements, « *elle (...) contraint plus fortement [les garçons] à afficher leur virilité, ce qui peut entrer en contradiction avec les normes du bon élève* » allant jusqu'à « *brider le développement intellectuel et personnel des élèves* » (Duru-Bellat, 2011, 242-243). De plus, les garçons sont plus fréquemment sanctionnés, les raisons invoquées sont l'indiscipline et l'insolence. Mais pour Sylvie Ayrat (2011), qui a étudié les sanctions disciplinaires dans des collèges, ces dernières n'ont cependant pas les effets escomptés dans le sens où elles peuvent être recherchées par les élèves eux-mêmes afin de prouver leur virilité et de bénéficier d'une plus grande popularité auprès de leurs pairs. Plutôt que de la combattre, l'environnement scolaire contribue à renforcer « *une identité masculine caricaturale qui s'exprime par le défi, la transgression, les conduites sexistes, homophobes et violentes* » (Ayrat, 2011, 180). Autant de situations qui montrent la manière dont « *l'élève apprend son « métier d'élève » et en même temps son métier d'élève fille ou d'élève garçon* » (Cogérino, 2005, 20). Autrement dit, en plaçant les filles et les garçons, ensemble, dans le même « espace-classe », la mixité scolaire contraint les premières comme les seconds à leur rôle genré - de féminité et de masculinité, d'infériorité et de supériorité - et ainsi à une forme de dominance au profit des derniers (Mosconi, 2004). Un constat qui renvoie aux différentes dimensions du concept de genre, entendu comme étant à la fois « *une construction sociale, (...) un processus relationnel, (...) un rapport de pouvoir, (...) [et] imbriqué dans d'autres rapports de pouvoir* » (Bereni,

¹³ Dans le cadre d'un appel à projet lancé par le ministère des Sports, de la Jeunesse et de la Vie associative, Evelyne Barthou (2014, 166) a réalisé une étude « *sur les inégalités d'orientation entre filles et garçons (...) au sein de huit collèges béarnais* ».

Chauvin, Jaunait, Revillard, 2012, 7). De par les stéréotypes de genre qu'elle produit et reproduit, l'école sous l'effet de la mixité est loin de favoriser l'égalité. Pour y pallier, une convention ministérielle a été signée en 2000 et a fait l'objet de deux reconductions en 2006 et 2012. Si cette convention ministérielle a le mérite d'exister, elle n'est en rien obligatoire. Elle apparaît telle une préoccupation de l'Etat fondée sur le constat selon lequel « *la manière d'interroger, de donner la parole, de noter, de sanctionner et évidemment d'orienter, révèlent des représentations profondément ancrées sur les compétences supposées des unes et des autres* » (2013-2018, 2) : un pas en avant contribuant à ériger la question de l'égalité entre les sexes en une priorité institutionnelle (Couchot-Schiex et Deriaz, 2013).

En 2008, une nouvelle loi vient « *complète[r] de manière paradoxale [un] arsenal d'injonctions institutionnelles [en] autorisant* » la séparation des élèves, en fonction de leur sexe, pour mener à bien certains enseignements (Couchot-Schiex et Deriaz, 2013, 115), dont l'Education Physique et Sportive (EPS). C'est sur cette distinction scolaire que nous allons à présent focaliser notre attention. Indifféremment du niveau de la classe, les études menées dans le cadre des cours d'EPS montrent qu'elle était déjà opérante puisque les rapports sociaux de sexe sont pensés à l'aune de la ségrégation (Guérandel et Beyria, 2010). Il faut dire que la discipline est « *dépositaire d'un certain nombre de valeurs masculines étroitement associées au sport, entendu au sens strict du terme, c'est-à-dire comme activité physique institutionnalisée dont la principale logique repose sur l'affrontement codifié* » (Combaz et Hoibian, 2008, 130 ; Cogérino, 2005). Il n'est donc pas surprenant de constater que les enseignant.e.s privilégient majoritairement les activités traditionnellement masculines au sein desquelles la confrontation, l'affrontement, la vitesse et la compétition sont valorisés (à l'image de la lutte, de la boxe, du football ou encore du rugby), délaissant ainsi les activités artistiques (Louveau et Davaisse, 1998 ; Vigneron, 2005 ; Combaz et Hoibian, 2008). Si ces choix de pratiques encouragent l'investissement des garçons, force est de constater que dans un même temps, ils mettent à distance les filles, favorisant ainsi une ségrégation sexuelle dans les cours d'EPS. Trois activités physiques sportives et artistiques (APSA) se démarquent particulièrement en ce sens : la danse, perçue comme étant une discipline féminine ainsi que le football et le rugby, associées quant à elles au masculin (Terret, Cogérino et Rogowski, 2006). Cette assimilation d'un ou plusieurs sports à l'un des deux sexes peut engendrer un engagement différencié des élèves dans la pratique (Guérandel, 2017) voire un désengagement total considérant que l'activité proposée ne leur est pas destinée (Cogérino, 2005 ; Davaisse, 2010). De plus, quand la mixité est imposée les élèves développent des stratégies d'évitement, comme le montre Carine Guérandel (2017) dans le cadre d'un cours de lutte. Les binômes mixtes mobilisent tantôt le rire, le refus de

combat, la contestation face à l'arbitre ou encore la douleur pour réduire au maximum la durée du combat et par conséquent, les situations de proximité avec l'autre sexe. Cette séparation souhaitée par les élèves eux-mêmes s'ajoute aux dire et faire de certains enseignant.e.s qui « *estiment (...) que les filles ont un vécu sportif moindre, des qualités physiques limitées, qu'elles sont pauvres sur le plan de leurs choix tactiques et qu'elles ne maîtrisent pas les techniques motrices élémentaires* » (Vigneron, 2005, 130). De cette façon, ces professeur.e.s d'EPS soulignent les différences entre les filles et les garçons concernant leur manière d'appréhender et d'agir dans le cadre des activités physiques proposées au sein du système scolaire (Guérandel et Beyria, 2010). L'émergence d'attentes différenciées de la part des enseignant.e.s se veut d'autant plus visible au cours de l'évaluation. Plusieurs études réalisées au début des années 2000 précisaient déjà qu'une réussite équivalente des filles et des garçons en EPS devait être attribuée au seul barème différencié¹⁴ dans le sens où pour eux, les filles, même les meilleures, ne peuvent rivaliser avec leurs homologues du sexe opposé, encore moins les plus accomplis en la matière. Et cela relève en partie de leur responsabilité puisqu'ils leur attribuent, et ce de manière systématique, une moyenne inférieure (Vigneron, 2005). Les élèves semblent avoir intégré cette différence de notation, les premières trouvant la situation normale au regard de la supériorité supposée des seconds, sur le plan sportif, alors qu'un sentiment d'injustice est perceptible du côté des garçons face à ce barème différencié (Lentillon, 2005). On comprend ainsi que, dans le cadre de l'EPS, même en situation de mixité, « *les perceptions, les attentes par rapport aux résultats et aux comportements, les croyances, les régulations verbales didactiques et disciplinaires, les modes d'évaluation ne sont pas les mêmes quand un enseignant, homme ou femme, s'adresse à des filles ou à des garçons* » (Terret, Cogérino et Rogowski, 2006, 163). Certain.e.s élèves, qualifiés d'« atypiques » par Annick Davaisse (2010), parviennent à tirer avantage de la mixité des cours d'EPS ; celles dotées de compétences sportives qui voient l'occasion d'égaliser et de concurrencer les garçons, mais aussi ceux qui présentent une moindre appétence pour les pratiques sportives et qui semblent moins stigmatisés en présence des filles.

La mixité ne résiste pas non plus à l'orientation scolaire, la séparation des sexes marquant chaque palier de la scolarisation (Vouillot, Mezza, Steinbruckner et Thiénot, 2011 ; Rosenwald, 2006). Par exemple, les filles représentent 79% des élèves dans la filière littéraire (L) proposée au lycée tandis que les garçons choisissent pour 69% d'entre eux un parcours scientifique (S).

¹⁴ Selon l'étude réalisée par Catherine Moreno (2006), les stratégies mises en place par les enseignants d'EPS à travers l'adaptation du barème ou du contenu des séances sont contreproductives dans le sens où c'est dans le cadre d'un traitement indifférencié des filles et des garçons que les écarts de réussite s'amoindrissent.

La série L n'est pourtant pas la série privilégiée par les filles, puisqu'elles ne sont que 27% à la choisir, mais elle suscite un rejet marqué des garçons. Seuls, 8% d'entre eux s'y engagent (Vouillot, Mezza, Steinbruckner et Thiénot, 2011). En cause, les représentations des membres de l'institution scolaire, de la famille et des élèves eux-mêmes, qui contribuent à déterminer « *ce qui est* » ou « *n'est pas* » pour les filles ou les garçons » (Vouillot, 2012). La prétendue aversion des filles pour les mathématiques en est une autre illustration. Résultant d'une « *construction sociale qui s'appuie sur l'intériorisation de stéréotypes masculins et féminins* » (Maruani, 2011, 27), il est couramment admis qu'elles portent moins d'intérêt aux disciplines scientifiques que leurs homologues du sexe opposé. Cette aversion apparaît bien moins évidente à la lecture des travaux menés par Françoise Vouillot, Joëlle Mezza, Marie-Laure Steinbruckner et Laurence Thiénot (2011), qui montrent au contraire que la filière S est l'orientation préférentielle des filles puisque 40,5% d'entre elles s'y engagent. Un intérêt manifeste qui demeure néanmoins masqué par une distribution plus équilibrée de ces dernières au sein de toutes les filières générales proposées.

L'écart est bien plus marqué dès lors que l'on s'intéresse aux formations technologiques pour lesquelles on constate des stratégies d'évitement de la part des filles, c'est le cas pour la filière Sciences et Technologies de l'Industrie et du Développement Durable (STI2D), et des garçons pour celle des Sciences et Technologies de la Santé et du Social (ST2S). Même perspective dans l'enseignement professionnel au sein duquel le « *BEP électricité/électrotechnique qui attire le plus de garçons (24 %) est déserté par les filles (elles ne sont que 0,8 % à suivre cette filière). Réciproquement, le BEP secrétariat/bureautique attire le plus de filles (27 %) et ne recrute que 1,6 % des garçons* » (Vouillot, 2007, 91). Finalement, on ne compte que de rares filières mixtes tels que le commerce et l'hôtellerie-restauration, les autres laissant apparaître de fortes disparités selon le sexe à l'image de la coiffure, de l'esthétique ou encore du bâtiment (Kergoat, 2014). On constate donc que la ségrégation au sein des filières d'enseignement est toujours de mise (Maruani, 2011) maintenant un « *clivage (...) net : l'éducation, le social, le soin, pour les unes ; le technique, la production, le scientifique pour les autres* » (Vouillot, 2010, 61). S'aventurer dans une orientation en désaccord avec les attentes traditionnelles de son appartenance sexuée peut s'avérer coûteux et disqualifiant d'un point de vue identitaire et social. Cela se vérifie davantage chez les garçons, expliquant ainsi leur plus forte résistance à la transgression des normes genrées (Vouillot, 2012). Preuve s'il en faut que c'est bel et bien au prisme du genre, inconsciemment ou explicitement, que les choix en matière d'orientation sont opérés (Vouillot, 2014). Quand bien même les jeunes filles et garçons ont occupé les bancs mixtes de l'école, force est de reconnaître que ces choix différenciés « *sont encore perçus*

comme l'expression de différences 'naturelles' entre les sexes en termes d'intérêts et d'aptitudes. Filles et garçons sont encore bien trop souvent enfermés dans des rôles et représentations stéréotypés selon leur sexe » (La convention interministérielle pour l'égalité entre les filles et les garçons, les femmes et les hommes dans le système éducatif, 2013-2018, 9).

Mais qu'en est-il dans l'enseignement supérieur ? On constate tout d'abord que les femmes sont plus souvent diplômées (54,8%) que leurs homologues masculins (Fontanini, 2011). Ensuite, les filières dites sélectives, jusqu'alors peu féminisées, tendent à s'ouvrir. C'est le cas de l'Ecole Nationale de la Magistrature (ENM) qui compte plus de 82% de femmes en 2008 alors qu'elles n'étaient que 35% en 1972. Le constat est identique en faculté de médecine-odontologie où elles représentent 63,9% des inscrits pour l'année 2008-2009 contre 26% en 1975 (Fontanini, 2011 ; Blanchard, Orange et Pierrel, 2016). Cette récente mixité de genre sur les bancs de l'Université, voire la supériorité numérique des étudiantes en droit ou en médecine ne parvient pas à gommer la séparation entre les sexes toujours effective en termes de professions (Vouillot, Mezza, Steinbruckner et Thiénot, 2011). En résistant à l'arrivée des femmes, certaines filières d'excellence font figure de mauvaises élèves, à l'image de Polytechnique¹⁵ ou des écoles d'ingénieurs. Pierre Bataille (2011, 5) fait même état d'un recul du nombre de femmes au sein des Ecoles Normales Supérieures (ENS), s'agissant des filières mathématiques et physique. Et la cause qu'il a identifiée nous a interpellée : *« l'introduction de la mixité aux concours d'entrée à l'ENS »*. Pour ce faire, il a comparé le pourcentage de candidates se présentant aux concours du temps où la séparation des sexes était effective à celui des candidates, une fois la mixité instaurée. Le constat est sans appel, *« du temps des deux écoles non-mixtes, se présentaient aux concours entre 40 % et 50 % de candidates. Ne se présentent désormais aux épreuves écrites chaque année dans ces filières qu'entre 10 % et 30 % de femmes »* (Bataille, 2011, 13-14), un désinvestissement lié à un sentiment d'illégitimité dès lors qu'elles se trouvent en concurrence directe avec les garçons. Même résultat obtenu dans le cadre d'une enquête réalisée sur les classes préparatoires scientifiques *« les filles se censurent parce qu'elles sont censurées [parce qu'] elles ne sont pas considérées comme de bonnes 'candidates' à certains domaines d'études »* (Blanchard, Orange et Pierrel, 2016, 23). Ainsi, alors même que les jeunes filles et garçons ont fréquenté des établissements scolaires mixtes, cette autocensure demeure et

¹⁵ Exception faite de l'Ecole Polytechnique Féminine (EPF) de Sceaux, qui accueillait uniquement des filles entre 1925 et 1994 et qui s'est depuis ouverte aux garçons. Cela n'a pas été sans conséquence puisqu'une forte baisse de l'effectif féminin a été constaté, cinq ans après l'instauration de la mixité elles ne représentaient plus qu'un tiers des entrants (Stevanovic et Mosconi, 2005).

témoigne de l'incorporation des normes genrées. Et lorsque les étudiantes parviennent à intégrer ces formations scientifiques, une division sexuée se recompose contribuant ainsi à faire de ces dernières « *des 'dominantes dominées'¹⁶ en puissance* » (Blanchard, Orange et Pierrel, 2016, 30).

En définitive, le système scolaire transmet des valeurs contradictoires. En mobilisant la mixité, il prône le principe d'égalité des sexes tout en continuant de diffuser l'« *injonction à se construire une identité de 'vrai' garçon ou de 'vraie' fille ; [en] exige[ant] des garçons à la fois qu'ils s'affirment (comme dominants) et en même temps qu'ils reconnaissent les filles comme leurs égales, et [en] demand[ant] aux filles de s'affirmer, mais, pour ne pas susciter le 'malaise' des garçons, de ne pas s'opposer à eux et, finalement, de 'rester à leur place' (de dominées)* » (Mosconi et Vouillot, 2013, 76). Ces différents éléments traduisent l'échec, pour le moment du moins, du système scolaire dans la promotion d'« *une véritable éducation à l'égalité, un processus d'égalisation des positions respectives des deux sexes* » (Mosconi, 2004, 172 ; Vouillot, Mezza, Steinbruckner et Thiénot, 2011). Malgré les nombreuses interventions du législateur et des représentants de l'Etat - pour promouvoir la mixité et donc l'égalité entre les filles et les garçons au sein du système éducatif -, « *la mixité ne s'est pas avérée un levier suffisant pour contrer [la] domination [masculine]* » (Duru-Bellat, 2011, 244) pire « *elle peut même conduire à accentuer les différences de genre* » selon un rapport d'information de la délégation aux droits des femmes¹⁷ poussant les filles comme les garçons à envisager leur avenir social et professionnel sous l'angle de la différence (Vouillot, 2012).

2. Une mixité de façade... des inégalités persistent sur le marché du travail

Les avancées constatées au sein du système scolaire ont impacté de manière attendue le marché du travail, se traduisant par une augmentation constante de l'activité féminine (Maruani, 2011). Le rapport publié en 2013, par la Direction de l'Animation de la Recherche, des Etudes et des Statistiques (DARES), fait état d'un taux d'emploi des femmes âgées de 15 à 64 ans en perpétuelle augmentation ces trente dernières années : « *la part des femmes dans la population*

¹⁶ L'expression de « *dominées des dominants* » s'inspire des travaux de Marion Rabier qui l'utilise pour qualifier les femmes membres de l'élite économique et politique.

¹⁷ Selon Gautier, G. (2004). *Délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes. La mixité menacée ?* Rapport d'informations sur l'activité de la délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes pour l'année 2003. Paris : Les rapports du Sénat, 26, 192. <http://www.senat.fr/rap/r03-263/r03-263.html>, consulté le 25 novembre 2017 à 8h49.

en emploi est passée de 41,7% en 1983 à 47,5% en 2011 ». Cela s'explique également par les nombreuses lois édictées en faveur de l'élargissement du droit des femmes. Le préambule de la Constitution du 27 octobre 1946 précise que « *la loi garantit à la femme, dans tous les domaines, des droits égaux à ceux de l'homme* », ce texte, l'un des plus anciens en matière d'égalité, a valeur constitutionnelle¹⁸. Si ce principe s'applique au domaine professionnel, il ne lui est pas spécifique, contrairement à la « Loi Roudy », du 13 juillet 1983, qui dispose : « *le principe de l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes s'applique en matière de recrutement, rémunération, promotion et formation*¹⁹ ». Au niveau européen, différentes directives²⁰, proposées entre 1975 et 2002, vont également en ce sens. Mêmes si ces dernières se limitaient « *originellement aux rémunérations, l'égalité de traitement [entre les femmes et les hommes s'est] très vite [étendue] à l'ensemble des conditions de travail et aux systèmes légaux de protection sociale* » (Ferré, 2004, 35). Force est de constater que malgré la promulgation de plusieurs lois en France, la féminisation du marché du travail « *ne rime ni avec mixité, ni avec égalité* » (Maruani, 2011, 3) et cela s'explique notamment par la persistance d'un déséquilibre qui se veut quantitatif entre les femmes et les hommes au sein des filières de formation (Vouillot, 2007). Les interventions du législateur restent donc toutes relatives « *pour que soient véritablement transformés les rapports sociaux de sexe dans la sphère professionnelle* » (Fortino, 2002, 18). En 2011, parmi les quatre-vingt-six métiers recensés, dix-neuf sont considérés comme mixtes, quarante-quatre sont « *à dominance masculine* » et vingt-deux « *à dominance féminine* ». En regardant plus finement, on observe que 47% des femmes occupent des emplois en tant qu'aide à domicile, assistante maternelle, agent d'entretien, enseignante (DARES, 2013), un chiffre en augmentation qui montre que les métiers les plus féminisés le deviennent encore davantage (Vouillot, 2014). Le constat est similaire pour les hommes quant à eux surreprésentés dans les familles professionnelles déjà fortement

¹⁸ Selon la décision du Conseil constitutionnel du 16 juillet 1971, la Constitution du 4 octobre 1958 et les textes auxquels le préambule renvoie sont concernés.

¹⁹ Ces éléments proviennent du site du Sénat, <https://www.senat.fr/leg/pp111-230.html>, consulté le 20 février 2017 à 18h54.

²⁰ Il s'agit notamment des directives : 75/117/CEE du 10 février 1975 relative « *à l'application du principe de l'égalité des rémunérations entre les travailleurs masculins et les travailleurs féminins* », <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000513594>, consulté le 2 avril 2018 à 11h55 ; 76/207/CEE du 9 février 1976 qui prévoit « *la mise en œuvre du principe de l'égalité de traitement entre hommes et femmes en ce qui concerne l'accès à l'emploi, à la formation et à la promotion professionnelles, et les conditions de travail* » <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A31976L0207>, consulté le 2 avril 2018 à 11h57 ; 97/80/CE du 15 décembre 1997 qui concerne « *la charge de la preuve dans les cas de discrimination fondée sur le sexe* » <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000705963&categorieLien=id>, consulté le 2 avril 2018 à 12h43 et 2002/73 du 23 septembre 2002 qui propose des modifications de la directive 76/207/CEE <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32002L0073>, consulté le 2 avril 2018 à 12h.

masculinisées comme la sphère industrielle (Meron, 2005). Le monde du travail perpétue donc les inégalités déjà opérantes jouant ainsi un rôle déterminant « *quant à la constitution des ghettos féminins, de la sexuation des qualifications et des compétences comme des plafonds de verre* » (Kergoat, 2014, 32). Les professions historiquement pensées au masculin regorgent d'illustrations en ce sens. Roland Pfefferkorn (2008, 115) en a identifié quelques-unes qui demeurent marquées par le sceau de l'hégémonie masculine à l'image « *de l'armée, de la police, des corps de sapeurs-pompiers, de la surveillance des prisons, du transport routier, du bâtiment et des travaux publics et d'un certain nombre de professions industrielles* ». Rien d'étonnant quand on se rappelle que l'armée comme la police ont longtemps résisté à l'arrivée des femmes en leur sein car d'une part, la loi de 1793, qui excluait « *les femmes de la défense de la nation et de la surveillance du territoire* » (Schweitzer, 2008, 220) n'a été abrogée qu'en 1972 et, d'autre part, parce que cette abrogation s'est accompagnée d'une nouvelle mesure limitative, l'instauration de quotas. En effet, jusqu'en 1998²¹, les femmes ne devaient pas excéder 8% de l'effectif au sein de l'armée de Terre, 5% dans la Gendarmerie et 30% s'agissant des commissaires de Police (Schweitzer, 2008). L'époque des quotas révolue, d'autres pratiques²² sont mises en place afin qu'un seuil ne soit pas franchi en termes de représentation du sexe opposé. Et si certaines femmes choisissent de s'y engager, elles doivent faire face à de nombreuses résistances. L'étude réalisée par Emmanuelle Prévot (2010, 82-83) montre qu'au sein de l'armée de terre « *le sexe apparaît comme une caractéristique principale plutôt qu'auxiliaire, objet de stéréotypes professionnels aussi bien que sociaux, [agissant] comme un handicap pour les femmes* ». En s'appuyant sur son journal de bord, elle explique ne pas avoir connu une journée sur le terrain sans que ne soit évoquée la présence problématique des femmes dans l'institution militaire. Des faits contredisant l'affichage public de cette dernière qui se dit en faveur d'une féminisation de son armée. Selon Geneviève Pruvost (2014, 168), le constat est identique au sein de la police, « *profession dans laquelle le sexe – au sens de « sexe établi par l'état civil » - compte* ». Cela s'apprécie à travers la mise en place d'une réglementation stricte concernant les patrouilles par exemple, interdisant aux femmes de patrouiller sans au moins une présence masculine soi-disant pour des raisons ayant trait à la sécurité. Dans ce cadre, la mixité imposée au sein de l'institution et de l'espace de travail n'est en rien une avancée en matière d'égalité, mais davantage une manière de renvoyer les policières « *au statut mineur que leur*

²¹ La même année, l'Administration pénitentiaire abandonne les quotas dans le cadre de ses recrutements ainsi que l'historique séparation des sexes qui prévalait au sein de cette institution, autorisant la présence des femmes au sein des prisons pour hommes (Malochet, 2008).

²² Geneviève Pruvost (2014) a mis au jour l'existence de mesures discriminatoires lors des concours au sein de la police et donc des recrutements.

confère leur seule appartenance de sexe » (Pruvost, 2014, 170). Le traitement différencié s'observe également dans les discours de leurs homologues masculins les renvoyant à leur potentielle faiblesse (« *Alors comme ça, on flanche ?* »), en leur octroyant des surnoms peu flatteurs (« *la pisseuse* ») ou encore en sur-mentionnant leur maternité (« *Ah, tu t'es fait faire un môme, on savait pas* »), amenant la chercheuse à « *comprendre tout le travail invisible, réalisé par les femmes policiers, (...) soucieuses de ne pas prêter le flanc à la moindre raillerie* » (Pruvost, 2014, 174). D'autres bastions masculins font preuve de réticences face à l'ouverture aux femmes de leur profession, arguant la « *faiblesse physique* », « *le caractère capricieux et inconstant* » de ces dernières pour justifier leur « *exclusion, mise à l'écart ou dévalorisation systématique, ouverte ou implicite [auxquelles] s'ajoutent des discours et des attitudes sexistes allant jusqu'au harcèlement sexuel* », comme a pu le montrer Roland Pfefferkorn (2006, 213-216) en étudiant le corps des sapeurs-pompiers. Dans le secteur du bâtiment, la femme est perçue comme « *moins forte que l'homme, moins prédisposée à travailler dans des métiers salissants du fait de sa coquetterie naturelle, elle circule dans un espace plus limité en raison des dangers encourus pour son intégrité physique et morale, elle est moins disponible temporellement pour son activité professionnelle du fait de sa destinée à la maternité* » (Gallioz, 2008, 327). Autant d'exemples qui montrent combien il est difficile pour ces professionnelles de faire oublier leur appartenance de sexe, surtout si l'on considère qu'elles demeurent minoritaires dans ces espaces. Nombreuses sont celles qui témoignent de la nécessité constante de faire leurs preuves, se refusant ainsi « *à la banalité de la pratique moyenne, encore moins à la médiocrité. Elles se doivent d'être dans la perfection* » (Gallioz, 2008, 336). Ainsi on comprend qu'au sein des bastions masculins, la présence des femmes ne va pas de soi, pire elle apparaît problématique et suscite le rejet. Elles doivent alors évoluer dans un univers au sein duquel elles sont perpétuellement renvoyées à leur appartenance de sexe, aux stéréotypes de genre et subir les comportements et discours sexistes de leurs collègues ou supérieurs hiérarchiques.

En définitive, et malgré un taux d'activité quantitativement proche, « *la ségrégation des emplois masculins et féminins selon les métiers ne s'estompe pas* » (Maruani, 2011, 36), sauf peut-être si l'on considère les plus diplômés qui tendent de plus en plus à occuper, indifféremment de leur sexe, les mêmes métiers (DARES, 2013). Même à profession égale, les fonctions exercées diffèrent selon le sexe et les femmes sont pénalisées que ce soit à travers « *le parcours de carrière type, dont les étapes sont liées à l'âge* » ou l'occupation des postes les plus élevés (Battagliola, 2008, 97). Le monde de l'entreprise n'a pas le monopole en la matière. Si l'on s'intéresse aux carrières académiques, il existe également tantôt une «

ségrégation horizontale (...) (entre domaines disciplinaires), tantôt [une] ségrégation verticale, caractérisée par la sous-représentation des femmes aux niveaux les plus prestigieux de la hiérarchie académique » tel que le grade de professeurs des universités où elles ne sont représentées qu'à hauteur de 22% en 2013 (Le Feuvre, 2017, 208-212). Les années passant, les écarts s'amenuisent, cependant cette tendance n'efface pas totalement « *la (re)production d'inégalités hommes-femmes sur le marché du travail et, plus généralement, [le] maintien de certaines formes de domination masculine* » (Blanchard, Orange et Pierrel, 2016, 18).

La féminisation de la population active a débouché sur une mixité de genre sur le plan quantitatif. Mais qualitativement, « *la ségrégation demeure un des traits structurants du marché du travail* » (Maruani, 2011, 34 ; Meron, 2005). Si l'on souhaite rendre homonyme l'égalité et la mixité, alors la mixité reste « *un objectif démocratique à atteindre* » (Vouillot, 2014, 55). Mais, à ce jour, et au regard des inégalités persistantes entre les femmes et les hommes, parler d'une mixité de genre de « façade » paraît plus approprié. Afin de la rendre plus efficace dans l'ensemble de l'espace social, les instances gouvernementales définissent des actions en faveur des femmes principalement, plus souvent concernées par les inégalités. Un domaine semble pourtant y résister celui du sport.

3. La mixité : le trompe l'œil du monde sportif ?

3.1. Un « fief de la virilité²³ »

Au début du XX^{ème} siècle, le sport est une « *arène masculine qui, non seulement exclut les femmes, mais aussi fait de la domination masculine une relation naturelle* » (Terret, 2006²⁴). Selon Patrick Mignon et Guy Truchot (2001, 4), « *le sport serait affaire d'homme, de pouvoir et de rapports physiques plutôt violents* ». En somme, « *une évidence s'impose : le sport a originellement un sexe et il est masculin* » (Louveau, 1998, 97). Ce constat repose sur de nombreux discours tenus, à l'époque, par des acteurs à la fois issus des mondes sportif et médical. Pierre de Coubertin précisait ainsi combien il était « *impensable, [...] impraticable, inesthétique et incorrecte* » qu'une femme puisse participer aux Jeux Olympiques, exception

²³ Cette expression a été utilisée par Dunning, E. (1986). Le sport, fief de la virilité : remarques sur les origines sociales et les transformations de l'identité masculine. In Elias, N. et Dunning, E. *Sport et civilisation, la violence maîtrisée*. Paris : Fayard, 367.

²⁴ Ce document ayant été consulté en ligne la pagination n'apparaît pas, ce qui explique son absence dans le corps du texte. Nous procéderons ainsi tout au long de cette thèse.

faite de la remise des récompenses aux vainqueurs (Baillette, 1999, 23). Les arguments développés par les médecins étaient d'un autre ordre, ils évoquaient tout d'abord l'inaptitude des femmes à la pratique sportive : « *de par [leur] anatomie spéciale, [les] femme[s] [sont] incapable[s] des efforts que comporte tout sport (...). Il semble oiseux d'insister sur ce point qu'un sport n'est point un jeu de femmes*²⁵ » (Louveau, 1998, 24). Entreprendre de courir un 800 mètres, par exemple, apparaissait « *comme un effort trop violent pour les femmes* », cette épreuve a donc été supprimée de la programmation des Jeux Olympiques, à partir de 1928, les concernant (Louveau, 2004b, 175). Pour d'autres, la pratique physique revêtait certes un caractère dangereux pour les femmes mais plus particulièrement pour la fécondité de ces dernières. Parmi les médecins, une peur s'était installée, celle de « *la mise en danger des capacités procréatrices* » (Bohuon, 2009, 100) en raison de pratiques sportives. Le football dit féminin concentrait les deux aspects. A la fois jugé inapproprié et dangereux compte tenu de sa violence, il était pointé du doigt car « *le geste de lancer le pied dans un ballon exerce une pression abdominale très intense qui pourrait avoir les plus graves effets sur les organes de la femme. Sa pratique aurait sur l'enfant en gestation une influence néfaste à son épanouissement*²⁶ » (Prudhomme-Poncet, 2003), certains allant jusqu'à dire que le football pourrait les condamner à la stérilité. Les arguments sont identiques s'agissant de la pratique rugbystique, dans le sens où une incompatibilité demeure entre les techniques mobilisées et la physiologie des femmes. L'action de plaquage, qui conduit à une chute, est mise en cause pour son caractère dangereux et plus particulièrement « *pour les organes internes de la femme, dont le rôle naturel est la maternité. Cette lutte rude, ce talonnage spécial, ne semblent pas faits pour le sexe faible*²⁷ » (Vincent, 2005, 153-154). Dans un même esprit, il est également question du rôle premier attribué à la femme, celui de la maternité. La presse se fait le relais de ces discours, on peut notamment y lire « *certes, il faut louer les jeunes femmes qui exercent la souplesse et la vigueur de leur corps, mais il faut les garder de l'excès disgracieux et (...) inutile. (...) Il serait à craindre que la femme-athlète ne soit plus qu'athlète et oublie dans l'ardeur des compétitions sa réelle tâche humaine : la maternité*²⁸ ». Plusieurs médecins se sont néanmoins distingués de leurs pairs en considérant que l'activité physique pourrait

²⁵ Catherine Louveau reprend les propos tenus par le Docteur Méricourt, J. (1900). La femme dans le sport moderne. *La revue des deux mondes*.

²⁶ L'auteur cite les propos de Racine, G. (1923). Le développement musculaire chez la femme. *L'Education. Physique et Sportive Féminine*.

²⁷ Joris Vincent reprend les termes utilisés par Salmson-Creak (1925), dans son ouvrage *Foot-ball association et rugby*. Paris : P. Brenet, 139.

²⁸ Nicole Rose (1918) ajoute se questionner sur le fait que la femme-athlète puisse « *songer au service qu'elle doit à sa patrie, surtout à sa patrie d'après-guerre : l'enfant et l'éducation de l'enfant* ».

accompagner et faciliter le travail de l'accouchement. Cette idée est notamment véhiculée par Maurice Boigey qui précise qu'« *une femme n'a pas moins besoin d'activité qu'un homme (...) elle doit être en bonne santé et vigoureuse. C'est une exigence de la maternité*²⁹ ». Trente années plus tard, le Docteur Friedrich tient des propos similaires en expliquant que « *le but de l'exercice physique chez la femme est de la mettre à même de franchir plus aisément l'épreuve de la maternité. Nous voulons former des femmes saines qui nous garantissent une postérité robuste*³⁰ ». Dans cette première moitié du XX^{ème} siècle, le corps de la femme est donc, d'un point de vue médical, un corps qui nécessite d'être guidé jusqu'à l'accouchement, un corps qu'il faut mettre au service du nourrisson (Sohn, 2006, 109). Le sport est ainsi perçu selon une conception utilitaire « *pour favoriser la maternité et l'exigence de grâce et de beauté forment un consensus social et politique durant toute la première moitié du XXe siècle au moins* » (Louveau, 2006, 133). Nul doute que le discours médical « *est bien la représentation de l'expression d'une volonté politique de contrôle des corps féminins dont le cadre et le fondement s'articulent entre pathologie et santé* » (Bohuon, 2010, 124). De telles prises de position ont contribué à maintenir les femmes dans leur présumé fragilité, douceur, infériorité physique (Courcy, Laberge, Erard et Louveau, 2006) et ont de fait freiné l'essor du sport dit féminin. Il convient de préciser que dans un même temps, certaines initiatives émergent des représentants politiques français, notamment « La Fête de la sportive », organisée en 1942 à l'initiative de Marie-Thérèse Eyquem³¹, qui a pour vocation de réunir des sportives sur l'ensemble du territoire national afin de valoriser et promouvoir le sport féminin (Castan-Vicente, 2009). Mais les stéréotypes sexués ne sont pas pour autant annihilés. La directrice des sports féminins du commissariat à l'Education générale et aux sports en fait d'ailleurs la démonstration à travers les différentes recommandations ayant trait au choix des activités - certaines étant à privilégier quand d'autres sont au contraire à éviter - ou encore à l'investissement énergétique consacré à celles-ci. Car dans les faits, ces préconisations visent à déconseiller les efforts qualifiés de « violents », « prolongés », « brutaux » comme le football ou la boxe et à encourager des « *exercices de déplacement, de souplesse et d'adresse, ceux qui développent la grâce et en particulier l'éducation rythmique* » (Castan-Vicente, 2009, 50).

²⁹ Boigey, M. (1922). *Manuel scientifique d'Education Physique*. Paris : Masson.

³⁰ Friedrich, F. (1954). *Le corps et le sport : les bases biologiques de l'EP*. Paris : Fayot.

³¹ Elle a été nommée Directrice des sports féminins du commissariat à l'Education générale et aux sports, le 17 août 1940 (Castan-Vicente, 2009).

3.2. Une évolution progressive à partir des années 60/70

Alors qu'à partir des années 60, les modes de vie évoluent, faisant progressivement une place aux loisirs (Dumazedier, 1962), un domaine demeure « plus hermétique » que d'autres aux revendications des femmes qui restent inaudibles, imperceptibles (Travaillot, 2005, 94) : le sport. Les événements de mai 1968, en participant à la libération des mœurs et du corps ainsi qu'à l'émancipation de la femme, ont quelque peu changé la donne. Dans les années 70, le Mouvement de la Libération de la Femme (MLF) joue un rôle dans ces changements sociaux et culturels en accompagnant notamment l'implication des femmes dans le domaine sportif (Louveau, 1998). Mais plusieurs fédérations sportives freinent leur arrivée dans les compétitions internationales olympiques, preuve que « *la conquête du sport par les femmes ne se produit pas de la même manière, ni selon les mêmes rythmes en fonction des activités, des lieux (fédérations sportives ou affinitaires, mouvements de jeunesse...)* » (Terret, 2006). L'athlétisme par exemple ne s'ouvre que progressivement aux femmes : le 400m haies est une épreuve exclusivement à destination des hommes jusqu'en 1976, le marathon accueille officiellement des coureuses en 1980 ; il faut attendre les années 90 pour que le triple saut, le lancer de marteau, le saut à la perche, ou encore le judo suivent ; et 2017 pour que les femmes puissent concourir à l'épreuve du 50 kilomètres marche au championnat du monde. Ces difficultés rencontrées par les femmes pour accéder de plein droit au monde sportif (Augustin, 2014) s'expliquent notamment par un rejet des féministes, qui ne parviennent pas à lier leur expérience dans le champ sportif avec la situation sociale des femmes dans d'autres domaines de la vie sociale. En s'opposant aux interdits, elles s'exposent à « *des propos diffamants (...) de la part des dirigeants masculins [et] cristallisent les attaques de ces derniers comme celles des autres sportives* » (Menesson, 2012, 167).

Ces évolutions, parmi d'autres, ont permis aux sportives d'accéder aux compétitions internationales tels que les Jeux Olympiques, l'objectif étant de tendre vers une représentation égale des athlètes hommes et femmes dès le début du XXI^{ème} siècle (Augustin, 2014). Les pouvoirs publics français, longtemps restés muets s'agissant de l'égalité des femmes et des hommes dans le champ sportif, se font entendre, portés par la voix de Marie-George Buffet, lors des déclarations des 12 et 18 novembre 1998, pour que « *cet objectif [soit] intégré aux conventions d'objectifs avec les fédérations sportives [car] aucun texte de loi ne traite de cette question* » (Menesson, 2006b, 131). La France semble accumuler du retard en la matière, comparé à ses homologues Américains et Britanniques (Menesson, 2006b). Quelques années plus tard, c'est d'ailleurs le Parlement européen qui se saisit de cette question en adoptant la

résolution « Femme et sport », le 5 juin 2003, selon laquelle « *le sport féminin est l'expression du droit à l'égalité et à la liberté de toutes les femmes de disposer de leur corps et de s'inscrire dans l'espace public, indépendamment de la nationalité, de l'âge, du handicap, de l'orientation sexuelle, de la religion*³² ». Dans un souci d'égalité entre femmes et hommes, les institutions européennes orientent depuis 2007 leur action vers les conditions d'accès et d'adhésion aux filles quant aux pratiques physiques et/ou sportives afin de les améliorer (Talleu, 2011).

3.3. Une évolution quantitative mais pas qualitative

Si en 1967, 71% des femmes déclaraient ne pratiquer aucune activité physique ou sportive, elles ne sont plus que 21% en 2000 (Louveau, 2004a). Aujourd'hui, elles sont largement investies dans le domaine sportif et comptent pour plus de 48% de la population sportive³³. Quantitativement donc, on peut dire que la pratique sportive des femmes équivaut à celle des hommes. Qualitativement, il en va autrement. Déjà dans les années 90, Catherine Louveau (1998, 45) avait montré combien l'engagement sportif diffère en fonction du sexe que ce soit « *dans les formes que prend la pratique (...), dans ses conditions de réalisations spatiales, structurelles ou institutionnelles [ou] dans les disciplines choisies* ». Encore aujourd'hui, alors que les interdits réglementaires sont levés et que les disciplines sportives sont théoriquement ouvertes à toutes et tous, « *les mondes du sport imposent non seulement une bi-catégorisation de sexe mais potentialisent les différences en affectant un genre aux pratiques : le football comme le rugby sont pensés au masculin et sur le plan grammatical et sur le plan des représentations symboliques collectives* » (Mercier-Lefèvre, 2014, 81). Si l'on s'attarde quelques instants sur l'exemple du football, les travaux de Stéphane Héas, Dominique Bodin, Karen Amossé et Sophie Kerespar (2004, 190) montrent dans quelles mesures cette discipline s'apparente en France, à « *un bastion masculin où les jeunes filles et les femmes sont appréhendées comme un groupe social dominé* »³⁴. Cette répartition inégale des femmes et des hommes dans les disciplines sportives démontre une non-mixité importante – hommes et femmes ne se partagent guère les mêmes terrains sportifs. Et plus encore, le sport demeure un lieu privilégié de reproduction des différences genrées, structuré autour d'un antagonisme, celui

³² Emanant du site officiel du parlement européen : <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P5-TA-2003-0269+0+DOC+XML+V0//FR>, consulté le 16 avril 2015 à 22h15.

³³ Ces chiffres font état de la population sportive en France selon Deydier, B. (2004). Rapport *Sport et Femmes*. Cette référence est citée par Talleu, C. (2011). *Manuel de bonnes pratiques : égalité hommes-femmes dans le sport*. EPAS et le conseil de l'Europe.

³⁴ Christine Mennesson en a également fait part en étudiant les pratiquantes de cette discipline (2006a).

des pratiques typiquement associées au masculin quand d'autres relèvent du féminin (Buscatto, 2014). Les femmes se tournent très largement vers la danse, l'équitation ou encore la gymnastique et représentent respectivement 85,8%, 82,9%, 80,6% des licenciés³⁵. Elles s'orientent vers des activités pouvant être qualifiées de ludiques, esthétiques mais aussi hygiéniques, et privilégient l'aspect loisir au détriment du compétitif (Louveau, 2004b ; Bohuon et Quin, 2012). *A contrario*, leur investissement est moindre dès lors qu'il s'agit de pratiquer le football (5,7%), le rugby (6,3%), le tir (9,7%) ou encore le cyclisme (10,3%). Preuve s'il en est qu'« *il ne suffit pas qu'un sport soit potentiellement accessible aux femmes pour qu'elles y accèdent en nombre* » (Louveau, 2004b, 171). Selon plusieurs auteur.e.s (Hargreaves, 1994³⁶ ; Louveau, 1981 ; Courcy, Laberge, Erard et Louveau, 2006), l'institution sportive encourage la diffusion de ce qu'ils nomment « *les normes sociales dominantes de la masculinité et de la féminité* », tout en contribuant à ce que ces dernières soient reproduites, tel un impératif, chaque sexe se devant de se conformer à leur assignation sociale de genre, à leur éthos de genre (Mercier- Lefèvre, 2014). Il n'est donc pas étonnant de voir les femmes investir dans une moindre mesure les pratiques de tradition masculine, celles-ci ne coïncidant pas avec « *les catégorisations spontanées à partir desquelles hommes et femmes jugent ce qui convient ou non à une femme* » (Louveau, 2006, 139). Pour illustrer ce constat, Stéphane Héas, Dominique Bodin, Karen Amossé et Sophie Kerespar (2004, 201) prennent l'exemple du football et précisent qu'« *en France, la force de la figure de l'homme comme incarnation du football diminue fortement les possibilités mêmes, pour une jeune fille, d'être attirée par ce « genre de pratique » physique et, a fortiori, de persister dans un sport largement inspiré par le père, le frère ou les copains* ». De plus, quand certaines pratiquantes chaussent les crampons et foulent un terrain qui n'est *a priori* pas le leur³⁷, elles sont jugées comme inférieures, dominées et s'exposent à des stéréotypes sexués (Héas, Bodin, Amossé et Kerespar, 2004). Et cette « *violence* » se révèle plus forte lorsque les femmes tentent d'occuper un bastion masculin, perçu comme une remise en question de la masculinité (Terret, 2004). Christine Mennesson (2012) fait le même constat et précise qu'il convient de ne pas s'opposer aux cadres dirigeants ou entraîneurs sous peine d'être relégué sur le banc, pour une période plus ou moins longue, de se voir contrainte de quitter le club voire d'arrêter la pratique. Ainsi, on comprend que diverses stratégies discriminantes sont mises en œuvre pour sanctionner tout écart aux règles sociales,

³⁵ Selon les chiffres de l'INSEE (2016). *Licences sportives et autres titres de participation par fédération agréée en 2015*, disponibles sur le site : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2408252>, consulté le 20 février 2017 à 14h32.

³⁶ Cette publication a été traduite par Ohl, F. (2006). *Sociologie du sport. Perspectives internationales et mondialisation*. Paris: Presses Universitaires de France.

³⁷ Qui n'est pas considéré comme tel.

tout écart aux comportements attendus et définis par les stéréotypes de genre (Mercier-Lefèvre, 2014). Par ces exemples, on ne peut qu'adhérer aux propos de Christine Mennesson (2006b, 131) lorsqu'elle qualifie le sport « *d'analyseur privilégié de la domination masculine et des inégalités de genre* ».

Dans la pratique sportive fédérale, la non-mixité de genre a toujours été de mise et elle le reste, en qualifiant le sport d'« *espace social où la non-mixité est la norme dominante* », Anaïs Bohuon et Grégory Quin (2016, 605) ne disent pas autre chose. Car même pour les pratiques sportives dites mixtes, c'est-à-dire pour lesquelles le taux de féminisation est proche de 50%, le monde sportif continue de « *trie[r] et sépare[r] les sexes dans des activités et/ou des compétitions distinctes* » (Raibaud, 2012, 47), « *dans des catégories distinctes, chacune avec ses chronomètres, ses barèmes et ses records* » (Bohuon et Quin, 2016, 605) et ce, « *au nom de l'existence de différences entre les sexes et du souci d'égalité des chances de victoire* » (Guérandel, 2017, 104). Ainsi, même dans le cadre d'activités sportives ne donnant pas lieu à compétition, la non-mixité est imposée sans autre discussion au nom de l'environnement matériel, spatial ou encore humain. Pourtant, elle surprend dès lors qu'elle s'exerce au sein d'espaces publics ou privés. Depuis quelques années, certaines piscines municipales consacrent des créneaux horaires uniquement aux femmes dans des lieux qui accueillent traditionnellement un public très hétérogène, justement nommé « tous publics »³⁸. Mise sous les projecteurs, cette non-mixité a intégré le débat public et certaines personnalités du monde politique se sont faites entendre. A l'image de Jean-François Copé, en 2009, qui se dit « *choqué* » par le choix de Martine Aubry « *de réserver des créneaux pour [sa] piscine municipale (...) uniquement aux femmes (...) à la demande d'associations de confession musulmane*³⁹ ». La Maire de Lille a souhaité rétablir les faits et précisé « *un créneau pour les femmes, pas pour les femmes musulmanes* ». Le débat ne s'est pas pour autant essouffler puisqu'en 2012, Nicolas Sarkozy s'est également autorisé l'amalgame. On peut s'interroger sur le fait que les espaces « réservés aux femmes » fassent régulièrement l'actualité alors que de nombreux espaces publics sont uniquement occupés par des hommes, sans que nul ne s'en offusque. Même si cela ne fait l'objet d'aucun interdit réglementaire, Yves Raibaud (2015) a bien démontré dans quelles mesures l'espace public excluait les femmes « *sous prétexte qu'elles ne veulent être qu'entre elles (...)*

³⁸ La piscine municipale de Denain, dans la région des Hauts-de-France, propose depuis son ouverture en 1986, un créneau durant lequel les hommes n'ont pas le droit d'accès.

³⁹ Propos tenus par Jean-François Copé dans l'émission *A vous de juger* diffusée sur France 2, le 26 novembre 2009 et disponible sur le site Internet http://www.lexpress.fr/actualite/politique/aubry-a-t-elle-vraiment-reservee-des-creneaux-de-piscine-a-des-musulmanes_1098551.html, consulté le 6 juin 2015 à 17h14.

alors que partout on ne voit que des hommes entre eux, en train de faire du sport ». Pour lui, cela signifie qu'en France, « on n'est pas prêt à faire place aux femmes dans le sport ⁴⁰ », d'où l'absence d'aménagements dans l'espace public, de « lieux conçus pour les femmes les invitant à se défouler, à « s'éclater » entre elles » (Raibaud, 2012, 54). Dans le secteur privé marchand, il en est autrement. Ce faisant, nous nous sommes intéressée à des espaces pensés pour « elles » : les centres de remise en forme réservés aux femmes. Mais avant de concentrer notre attention sur ce qui a constitué le laboratoire d'étude de ce travail doctoral, rappelons quelques éléments situant le « marché de la forme » (Mischler et Pichot, 2005, 249) dans le paysage sportif français.

4. Focus sur le marché de la forme

Dans les années 60 et 70, le corps devient un véritable objet de préoccupation, à la fois pour des raisons hygiéniques et esthétiques. La presse féminine française y fait fréquemment référence et consacre de nombreuses rubriques ayant trait à la santé, la beauté ou encore la forme. Parallèlement, les activités de gymnastique d'entretien se développent et suscitent l'engouement des pratiquants. Ce phénomène se perçoit à travers l'accroissement du nombre d'adeptes et parmi eux, une grande proportion de femmes en demande d'activités d'entretien corporel (Travaillot, 1998). Fort de ce constat, la Fédération Française d'Education Physique et de Gymnastique Volontaire⁴¹ (FFEPGV) est créée en 1972. Le nombre de pratiquants évolue rapidement : en 1970, on compte 40 237 licenciés alors qu'en 1980 les chiffres atteignent 238 450⁴². Cette augmentation du nombre de licenciés s'explique par une forte progression du nombre de femmes au sein de la fédération : 66,16% en 1970, 89,5% en 1976⁴³. Dans ce contexte, les premiers centres dits de remise en forme - considérés par le gouvernement français comme étant « un lieu mettant à disposition du public des équipements, un environnement et des prestations d'encadrement visant à l'amélioration de la condition physique, de la détente et du bien-être de ses clients⁴⁴ » - s'implantent en France. Olivier Bessy (1987) fait état d'une

⁴⁰ Propos tenus par Yves Raibaud le 28 mai 2015, lors de sa Conférence « Genre et ville, équipements et pratiques sportives », proposée à la Faculté du Sport et de l'Education Physique de Liévin.

⁴¹ Elle est le résultat d'une fusion entre la Fédération Française d'Education Physique (FFEP) et la Fédération Française de Gymnastique Educative et de Gymnastique Volontaire (FFGEGV).

⁴² D'après Travaillot, Y. (1998, 54) qui présente un histogramme révélant l'évolution du nombre de licenciés FFGEGV-FFEPGV (1970-1980).

⁴³ D'après les statistiques nationales fédérales citées par Bazoge, N. (2006, 202).

⁴⁴ Cette définition est disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.sports.gouv.fr/IMG/archives/pdf/remise.pdf>, consulté le 13 avril 2015 à 00h14.

multiplication par dix du nombre d'établissements privés marchands dédiés au corps et à la forme entre 1970 (9) et 1972 (94). Situées principalement à Paris ou dans les grandes villes de province, elles « touchent les fractions les plus élevées de la classe moyenne ». Elles attirent une majorité de cadres et professions intellectuelles supérieures (45%), viennent ensuite les employés et professions intermédiaires (25%) puis les professions libérales notamment celles ayant trait au secteur de l'immobilier et médical (20%) (Bessy, 1987, 90). Ces organisations sportives vont se positionner différemment de leurs homologues du milieu associatif grâce à l'arrivée en France d'une « nouvelle » activité : l'aérobic. Définie dès 1981 dans le *Petit Robert* comme étant « une gymnastique qui modèle le corps et oxygène les tissus par des mouvements rapides effectués en musique », le succès de cette pratique, venue des Etats-Unis, est immédiat. Il dépasse les murs des salles de remise en forme en faisant son apparition sur le petit écran français dès 1982 par le biais de l'émission *Gym Tonic* diffusée sur Antenne 2. Dès lors, cette activité s'invite dans de nombreux foyers que ce soit à travers les cours hebdomadaires d'aérobic proposés par Véronique et Davina ou ceux à l'initiative de l'actrice américaine Jane Fonda décomposant chacun des mouvements à effectuer dans ses nombreuses cassettes vidéos. On la retrouve également dans les kiosques avec son ouvrage « 30 pages pour retrouver son corps de la tête aux pieds ». Cela contribue au développement de la pratique à domicile puisqu'« en 1985, 23% des français de 12 à 74 ans font chez eux de la « culture physique », de la « musculation », des « assouplissements », des « abdominaux », bref des pratiques gymniques ou corporelles dans l'intimité de leur foyer » (Louveau, 1998, 31-32).

4.1. Se démarquer du sport fédéral

Le marché de la forme, qui regroupe « l'ensemble des activités de loisirs à caractère sportif visant la mise et/ou la remise en forme physique, corporelle et mentale » (Mischler et Pichot, 2005, 239), s'est rationalisé au fil des années pour laisser place à de véritables entreprises de la forme impliquant l'élaboration de stratégies marketing, au sens d'un « processus consistant à analyser les opportunités existant sur le marché et choisir un positionnement, des plans d'action et un système de contrôle qui permettent à l'entreprise de remplir sa mission et d'atteindre ses objectifs » (Kotler et Dubois, 1988). Cette rationalisation a ainsi encouragé le développement de trois stratégies.

La première vise « à multiplier les modalités de pratique d'une activité de base, en l'occurrence la gymnastique en créant des hybridations avec d'autres pratiques (danse, yoga, musculation) ». Autrement dit, le « produit-mère » reste inchangé mais des variantes voient le

jour. La musculation illustre parfaitement cette tendance dans le sens où elle a donné naissance à la musculation d'entretien, musculation d'affinement corporel, musculation sculpturale ou encore le culturisme (Bessy, 1993, 236). Plus récemment, cela s'est traduit par l'apparition de la *Zumba Fitness*⁴⁵ qui associe des mouvements de danse chorégraphiés inspirés des danses latines au fitness⁴⁶, le *Body Combat* pour lequel *Les Mills*⁴⁷ a emprunté des mouvements aux arts martiaux afin de les combiner avec le fitness ou encore le RPM qui est un programme de cyclisme en salle et en musique, de la même marque⁴⁸. « *Condamnées à l'inédit* », les salles de remise en forme doivent veiller à renouveler continuellement les produits et services qu'elles proposent (Bessy, 1987, 85).

La deuxième consiste en l'augmentation du nombre de services au sein d'un même espace, devant s'accompagner de prestations de qualité (Pichot, 2003). Dans un secteur en renouvellement constant, il convient de s'adapter aux tendances lourdes du marché, autrement dit de s'adapter aux besoins et attentes exprimés par les pratiquants ou potentiels nouveaux clients ; il peut s'agir d'une personnalisation des activités proposées, d'une prise en compte de l'écologie ou encore une réflexion sur les espaces de pratique (Mischler et Pichot, 2005), auxquelles s'ajoutent des installations associées à la notion de bien-être et de mieux-être (Bessy, 1993).

Enfin, les centres de remise en forme tentent de minimiser les contraintes, qu'elles soient d'ordre professionnel ou personnel, en proposant une flexibilité de fonctionnement et ainsi une plus grande liberté à leurs clients (Bessy, 1993). Pour ce faire, une accessibilité optimale à l'espace de pratique est offerte, avec une ouverture au public comprise entre 6 heures et 23 heures, voire 24h sur 24, et ce tous les jours de l'année. Grâce aux innovations technologiques, le matériel mis à la disposition des abonnés, relève de la même stratégie (Bessy, 1993).

⁴⁵ La *Zumba Fitness* a été créée au début des années 1990 par Alberto Beto Perez. La marque éponyme date quant à elle de 2001.

⁴⁶ Le terme fitness ayant fait son entrée dans le dictionnaire français, nous avons volontairement choisi de ne pas retenir la forme italique pourtant de mise pour l'ensemble des autres anglicismes. Il en sera ainsi tout au long de cette thèse.

⁴⁷ Déposée par Phillip Mills, cette marque s'inscrit sur le marché mondial du fitness à travers de nombreux concepts de cours collectifs tels que le *Body Pump*, le *Body Combat*, le *Body Attack*, le *Body Steps*, le *RPM*, le *Sh'Bam*, le *Body Jam* etc. Ces cours pré-chorégraphiés sont renouvelés tous les trois mois afin que les pratiquants ne se lassent pas, comme l'a montré la thèse de Lise Charissou (2019) portant sur les pratiques de ce groupe.

⁴⁸ Site internet *Lesmills* : <http://w3.lesmills.com/france/fr/classes/rpm/about-rpm/>, consulté le 5 juin 2015 à 22h23.

4.2. Se positionner sur un marché concurrentiel

Trente ans plus tard, le marché de la forme a évolué. L'INSEE recense 3 129 espaces privés marchands en 2008⁴⁹, répartis en grandes structures, salles intermédiaires et très petites structures (Hillairet, 2013). Ces dernières disposent d'une superficie inférieure à 500m² et se caractérisent par la proposition d'une faible diversité de produits et services (Viallon, 2002). Suivant ce raisonnement, on comprend alors que plus les surfaces commerciales sont spacieuses, plus les prestations de services sont nombreuses et variées. Mais pour perdurer dans un secteur d'activité hautement concurrentiel, les centres de remise en forme se positionnent également par le prix. Là encore, trois types de salles semblent se distinguer : celles dites *low-cost*, celles positionnées sur le milieu de gamme et celles dites haut de gamme⁵⁰.

Malgré la diversité des positionnements, des propositions de services et l'augmentation du nombre de salles de remise en forme implantées sur le territoire, ces dernières peinent à subsister et les dépôts de bilan sont fréquents. Sarah Mischler et Lilian Pichot (2005) l'ont constaté en Alsace par exemple, à travers certaines enseignes, comme *Moving* qui a fermé trois de ses établissements en l'espace de trois ans. Ces fermetures s'étendent à toute la France et s'expliquent notamment par une clientèle volatile comme l'explique Christophe Andanson, fondateur de *Vit'Halles*. « *La fidélisation est un des points noirs de notre métier (...). Quand un club fait 50% de fidélisation d'une saison à l'autre, il est champion du monde ! La moyenne est entre 25 et 30%*⁵¹ ». Selon lui, les désabonnements peuvent atteindre 90% dans les salles dites *low-cost*, car si les individus se laissent convaincre par les prix attractifs pratiqués, ils finissent par se désengager au regard de l'absence de service. Ce constat n'est pas nouveau, Olivier Bessy (1993) a déjà montré qu'en cas d'insatisfaction des prestations proposées, la clientèle n'hésitait pas à se tourner vers d'autres établissements. Afin d'augmenter le pourcentage de renouvellement d'abonnements, les professionnels du secteur tentent de se démarquer de leurs concurrents en choisissant notamment d'exploiter « *les marges extrêmes du marché urbain du corps et de la forme à travers des positionnements originaux* » (Bessy, 1993, 245), pouvant être assimilées à une segmentation fine du marché. A ce titre, on peut mentionner la salle *Gym Louvre*, située à Paris et réservée aux homosexuels ; le club *Formes et forme*, à Grigny dans l'Essonne, proposant des activités dites de remise en forme dédiées aux personnes

⁴⁹ Selon l'INSEE (2009). *La démographie des entreprises et des établissements 2008 ; champs marchand non agricole*.

⁵⁰ Les caractéristiques de ces différents types d'établissements seront abordées au cours du [Chapitre 3](#).

⁵¹ Ben-Ismaïl, K. « La folie Fitness ». L'équipe magazine n°1629, octobre 2013, p.40-42.

ayant un Indice de Masse Corporelle (IMC) supérieur à 30 (en surpoids et/ou obèses) ; ou encore les salles exclusivement réservées aux femmes. C'est à ces dernières que nous allons à présent nous intéresser.

4.3. Les centres de remise en forme d'un nouveau genre

Cet écart à la norme du « faire ensemble », femmes et hommes pratiquant dans un même espace-temps leurs activités fitness, est récent. L'étonnement, déjà de rigueur suite à la mise en place par certaines piscines de créneaux horaires durant lesquels seules les femmes étaient admises, s'est accru. Pourtant, au sein des salles de remise en forme « *chacun travaille électivement ce qui symbolise son identité de sexe et les assignations sociales et culturelles qui y sont liées* » (Louveau, 2007, 62-63). En 2013, les structures dédiées à l'entretien corporel réservées aux femmes ont fait la une de nombreux médias de par l'interdiction d'accès et d'adhésion aux hommes. Eric Raoult, maire de la ville de Le Raincy a soupçonné une salle de prière au sein de l'établissement *Orty Gym* et ainsi justifié ses propos « *Orty signifie un appel à la prière (...) et une femme voilée est à l'accueil de l'établissement*⁵² ». Outre l'association réalisée par ces représentants politiques, entre un espace de pratique démixé et un regroupement « communautaire », une autre problématique a émergé cette fois en Belgique. Il s'agissait du caractère discriminatoire du positionnement « 100% féminin », c'est en tout cas la raison invoquée par un ancien client de la structure *Health City* à Liège, qui a porté plainte après que le groupe ait transformé son établissement mixte en une salle « *ladies only* ». Si le tribunal civil de Liège a été dans le sens du plaignant, en condamnant l'entreprise pour discrimination, la Cour d'appel en a décidé autrement en considérant que « *quels que soient les mérites des raisons susvisées qui poussent des femmes à vouloir des salles de fitness unisexes, il s'agit de ressentis personnels, comme tels respectables, qui sont admissibles dans l'état actuel des mœurs* ». La Cour ajoute que par la mise à disposition d'établissements interdits aux hommes, il s'agit « *de permettre aux femmes de pratiquer à leur choix des activités de remise en forme et de bien-être adaptées aux spécificités de leur sexe* ».

⁵² Propos divulgués par le journal *Le Parisien* dans un article publié le 12 mars 2014 à 16h58, http://www.leparisien.fr/seine-saint-denis-93/le-club-de-gym-reserve-aux-femmes-a-rouvert-au-raincy-12-03-2014-3666465.php#xtref=http%3A%2F%2Fwww.google.fr%2Furl%3Fsa%3Dt%24rct%3Dj%24q%3D%24esrc%3Ds%24source%3Dweb%24cd%3D13%24ved%3D0CHQQFjAM%24url%3Dhttp%253A%252F%252Fwww.leparisien.fr%252Fseine-saint-denis-93%252Fle-club-de-gym-reserve-aux-femmes-a-rouvert-au-raincy-12-03-2014-3666465.php%24ei%3DuhxzVZnmJcLmUu3OgagD%24usg%3DAFQjCNFhxnhwGiPD6c2uKI4dWaNO_pTVZQ%24bvm%3Dbv.95039771%2Cd.d24, consulté le 6 juin 2015 à 18h26.

D'autres institutions font preuve de prudence voire de réticence à l'égard de cette question, nous avons pu le constater à nos dépens. En effet, dans le cadre d'un projet de recherche pluridisciplinaire soumis à l'Agence Régionale de Santé⁵³, qui portait sur l'engagement des individus dans l'activité physique, nous avons proposé d'interroger l'accessibilité et le maintien des femmes dans la pratique, à travers l'étude sociologique des centres unisexes. Si le volet psychologique est reçu favorablement, nous sommes invitée à retravailler notre partie. Malgré les modifications apportées, cette dernière se voit définitivement écarter pour les raisons suivantes : « *nous ne pouvons pas cautionner ce type de projet qui politiquement pourrait être difficile à gérer*⁵⁴ ». Force est de constater qu'aujourd'hui encore, le caractère non-mixte de ces espaces interpelle. Pourtant, l'exclusion des hommes de certaines salles de fitness n'est pas inédite. En effet, en 1987, Olivier Bessy mentionnait déjà l'existence de structures dont la clientèle est exclusivement composée de femmes : l'*Institut Viallis* et *Diane 2000*⁵⁵. « Pionnières » sur le marché de la forme, elles sont restées confidentielles et n'ont pas suscité l'engouement des investisseurs français. Il faut attendre 2004 pour que ces clubs d'un nouveau genre se développent, impulsés par l'implantation du premier centre franchisé *Curves* sur notre territoire. Le marché de la remise en forme étant particulièrement concurrentiel, de nombreuses structures ont fait le choix de se réunir pour être en capacité de faire face, pour être plus à même de se développer sur le territoire national, comme à l'international, en s'appuyant sur « *l'effet de chaîne* ». Les gérants de ces dernières bénéficient ainsi « *d'une organisation générale, articulée autour d'un système de franchise dont l'objectif est de coordonner les services des différents centres et de garantir des prestations d'une certaine qualité, en diminuant le coût de l'investissement* » (Meidani, 2003, 269). *Curves* a été rapidement rejoint par d'autres franchises⁵⁶, à l'image de *Femmes en formes*, *Lady Moving* ou encore *Lady Fitness* pour n'en citer que quelques-unes, et de nombreuses salles indépendantes⁵⁷. Depuis, pas moins de quatre-cent-trente-six⁵⁸ ouvertures ont pu être recensées.

⁵³ Ce projet de recherche comportait deux volets, un tourné vers la psychologie, l'autre vers la sociologie. Il était porté par plusieurs membres de l'Atelier SHERPAS, notre second laboratoire de rattachement par l'intermédiaire d'Oumaya Hidri Neys, l'une de nos deux directrices de thèse.

⁵⁴ Cela a fait l'objet d'un envoi par mail.

⁵⁵ Ces établissements se situaient dans différents arrondissements de la capitale.

⁵⁶ Le système de franchise est une forme de contrat commercial qui engage deux parties : le franchiseur, dans notre cas le détenteur d'un concept de remise en forme, et un entrepreneur nommé franchisé. En souscrivant ce contrat, l'entrepreneur peut utiliser le nom commercial, la marque, le concept, l'expérience technique, etc. développés par le franchiseur en contrepartie d'une rétribution financière.

⁵⁷ Il s'agit d'entrepreneurs ayant choisi de développer leur propre enseigne.

⁵⁸ N'ayant connaissance d'aucun recensement consacré aux salles unisexes, il a été réalisé dans le cadre de ce travail doctoral. Cependant, les ouvertures et fermetures étant fréquentes sur ce marché, certaines ont pu échapper à notre vigilance. Le recensement mérite en ce sens d'être affiné.

4.4. L'hypothèse d'espaces de pratique moins discriminants

Lieux privilégiés de l'entretien corporel, ces entreprises privées sont depuis leur origine des espaces au sein desquels femmes et hommes se côtoient et qui plus est attirent un public qualifié de très hétérogène au regard des critères d'âge et de catégories socioprofessionnelles (Wipf, Pichot, Bauger et Mischler, 2008 ; Aubel, Lefèvre et Tribou, 2008). Et même si les « motivations » sont variées, la recherche « *d'un corps harmonieux, endurant, résistant et musclé* » (Pagès-Delon, 1989, 48), rend ces espaces propices à une théâtralisation de la pratique et au sein desquels la pression à la conformité en matière d'apparence physique est forte. Cela se traduit notamment par une « *mise en scène de l'apparence [qui] livre l'acteur au regard évaluatif de l'autre, et notamment à la pente du préjugé* » (Le Breton, 2012, 89). Sébastien Haissat et Yves Travaillot (2012, 34) ont pu le vérifier au cours de leur étude en mettant au jour les sentiments douloureux de certaines pratiquantes, interrogées dans une salle de remise en forme mixte de Besançon, ayant eu « *la sensation de subir une insupportable situation de 'stigmatisation' parce qu'elles ne [pouvaient] répondre aux normes d'apparence physique reconnues par le 'milieu'* ». Cet écart à la norme ne peut guère être occulté dans un espace où de multiples supports publicitaires sont disposés pour rappeler le corps idéal à atteindre. Comme Jean-Claude Kaufmann (1995 ; 2005, 73) l'a montré sur les plages à propos de la pratique des seins nus, « *chacun fait ce qu'il veut, mais le moindre écart à la norme est immédiatement sanctionné* », ne serait-ce que par le regard. Et on le sait, dans les centres dits de remise en forme, « *les interactions entre les pratiquants passent plus par le regard que par la parole* » (Ernst et Pigeassou, 2005, 70). Pour éviter ces situations, certaines femmes adoptent des « stratégies » pour dissimuler leur corps. La tenue vestimentaire y contribue fortement et « *peut dès lors permettre de 'faire bonne figure'* » (Haissat et Travaillot, 2012, 36). Mais la présentation de soi demeure fortement ritualisée au sein de ces espaces (Pagès-Delon, 1989), le fait de ne pas adopter une tenue conforme à ce type d'activités attire le regard des autres. Ces interactions non verbales n'en restent pas moins pesantes et peuvent se révéler particulièrement contraignantes voire discriminantes pour les pratiquantes interrogées par Sébastien Haissat et Yves Travaillot (2012). L'apparence, et notamment le choix de la tenue vestimentaire, prend alors un tout autre sens : une tenue de pratique « large », dissimulant les formes corporelles, « *devient un objet de suspicion qui se transforme en discrédit si le stigmate en vient à être révélé. Inversement, le vêtement près du corps apparaît comme une manière de mettre en valeur sa 'plastique'* » (Haissat et Travaillot, 2012, 34-36). Se conformer aux normes corporelles effectives au sein de ces structures devient donc un véritable enjeu pour éviter les interactions

normalisatrices entre pratiquants. Ne pas y parvenir impliquerait pour nombre de femmes, interrogées par les auteurs, « *de subir une insupportable situation de 'stigmatisation'* [qui les amèneraient à se sentir] *disqualifiées et discréditées* », situations qui sont parfois très mal vécues. Ces pratiquantes se seraient alors tournées vers des organisations sportives moins discriminantes, c'est-à-dire des espaces moins propices aux jugements portés sur l'apparence physique. De là à penser que les centres de remise en forme réservés aux femmes pourraient faire partie de ces organisations, il n'y a qu'un pas que ce travail doctoral propose de franchir.

4.5. Et si non-mixité rimait avec égalité dans les centres de remise en forme réservés aux femmes ?

Dans un rapport portant sur la question de l'égalité entre les femmes et les hommes dans le domaine sportif, Clothilde Talleu (2011, 19)⁵⁹ propose un « *panorama [non exhaustif] des 'bonnes pratiques' européennes* ». Plusieurs initiatives (re)mettent en cause, dans une certaine mesure, la mixité de genre afin de faciliter l'accès des filles et des femmes, à la pratique physique et sportive. Ainsi, le club de boxe anglaise⁶⁰ « Elan sportif », situé à Mulhouse, propose des créneaux spécifiques pour les femmes âgées de moins de 25 ans « *afin de répondre à [leur] besoin (...) de se retrouver entre elles* » (Talleu, 2011, 22). Dans le cadre d'un projet scolaire, mis en place en Allemagne cette fois, il s'agit de développer l'appétence des filles pour la pratique sportive et plus particulièrement pour le football. Cette initiative veut dépasser le seul intérêt sportif et a pour vocation l'acquisition d'« *éléments techniques et tactiques mais également des compétences sociales (...) essentielles pour leur réussite scolaire et professionnelle* » (Talleu, 2011, 23). Ces activités sportives, au taux de féminisation habituellement faible, « *recyclent les modèles standards de la masculinité et les représentations corporelles qui leur sont attachées (...) dans lesquelles on retrouve la compétition, l'agressivité, le refoulement des émotions, la loyauté au groupe et la mise à distance du moi, comme marqueurs de la 'masculinité hégémonique'*⁶¹ » (Raibaud, 2012, 54-55). L'imposition d'une non-mixité de genre, ponctuelle ou non, dans des pratiques largement investies par des hommes, favoriserait un cadre de communication plus évident à mettre en œuvre « *avec celles*

⁵⁹ Sous l'impulsion de l'EPAS (Enlarged Partial Agreement on Sport), qui se traduit par Accord Partiel Elargi sur le Sport, et du Conseil de l'Europe.

⁶⁰ Malgré une augmentation du nombre de licenciées, les femmes ne représentent que 18,5% des licenciés de boxe en 2011.

⁶¹ « *La masculinité hégémonique* » est une notion qui a été développée par Connell, R. (1995). *Masculinities*. Cambridge : Polity press.

ou ceux qui partagent le même 'sexe'. L'entre soi [étant] valorisé en soi et pour soi » (Buscatto, 2014, 125). Mais pourquoi proposer une non-mixité de genre dans des espaces dédiés à l'entretien corporel de tous temps investis par les deux sexes, et plus particulièrement les femmes ? En 1987, Olivier Bessy faisait déjà état d'une clientèle à dominante féminine, représentant entre 70 et 80% des abonnés. Aujourd'hui la répartition femmes/hommes est plus équilibrée (54%⁶² contre 46%) mais demeure toujours en faveur des pratiquantes. Dès lors, comment expliquer qu'une partie d'entre elles investissent des structures leur étant strictement réservées ?

La division sexuée imposée par les promoteurs de ces salles porte-t-elle à conséquence ou s'agit-il d'une simple stratégie commerciale ? Au contraire, ont-ils réussi le pari de la différence en proposant un cadre plus adapté aux « *caractéristiques du pratiquer féminin* », telles que Catherine Louveau (1998, 49) les avait mises au jour, à savoir un espace fermé et à l'abri des regards extérieurs, des exercices à finalité d'entretien corporel qui n'exigent pas de produire une performance comptabilisée ou chronométrée, des aménagements censés faciliter les relations entre pratiquantes ? Les propositions de services diffèrent-elles de celles offertes par les centres de remise en forme mixtes ? Si oui, de quelle(s) manière(s) ? En imposant la non-mixité en leur sein, les salles unisexes parviennent-elles à se prémunir de la « *domination masculine* » (Bourdieu, 1998) ? En considérant l'interdiction d'adhésion aux hommes comme un moyen de préserver les pratiquantes du regard de ces derniers et des rapports de séduction hétérosexuels, qu'en est-il des relations entre les professionnel.le.s (gérant.e.s et encadrant.e.s) et les adhérentes ? L'homosexualité demeure-t-elle de l'ordre de l'impensé dans ces espaces ou apparaît-elle, aux yeux des membres du personnel et des clientes, moins problématique que l'hétérosexualité ? Peut-on imaginer que le poids du regard n'est pas le même dans un « entre-femmes » ? Si tel est le cas, à quoi cela tient-il ? La « *présentation de soi* » (Goffman, 1973) est-elle moins ritualisée que dans les salles de remise en forme mixtes ? L'enjeu de normalisation corporelle est-il moins prégnant dans ces espaces ? Le profil des femmes poussant la porte des établissements unisexes est-il différent de celles inscrites dans les centres traditionnels ? Qui sont-elles ? Quels sont leurs rapports au corps ? Peut-on imaginer que ces établissements non-mixtes permettent finalement aux femmes, à toutes les femmes, d'accéder et de se maintenir dans des espaces de pratique dans lesquels elles déclarent habituellement vivre de nombreuses situations de stigmatisation ?

⁶² Selon le Guide pratique d'accompagnement à la création d'entreprise, proposé par le Ministère des Sports.

Ce premier chapitre a été l'occasion de montrer les tensions et contradictions existantes entre d'une part un discours en faveur d'une égalité entre les femmes et les hommes, et d'autre part la persistance des inégalités entre les sexes qui reflètent « *la coexistence de deux tendances diamétralement opposées : la flexibilité croissante des rôles masculins et féminins et la stabilité – dans certains cas la plus grande rigidité – des identités sexuées* » (Löwy, 2006, 37). Si l'instauration de la mixité s'est traduite par de réelles avancées pour les femmes, elle s'est avérée insuffisante pour lutter efficacement contre les inégalités sexuées et les attentes normatives genrées qui se retrouvent dans tous les domaines de la vie sociale. Défini comme « *l'ensemble des mécanismes, des représentations, des injonctions, des assignations qui font d'individus des hommes et des femmes, avec leur lot de rôle, de places et d'attitudes* » (Détrez, 2015, 11), le genre continue de distinguer les femmes et les hommes, le féminin et le masculin. Cette séparation des sexes semble « *être 'dans l'ordre des choses', comme on dit parfois pour parler de ce qui est normal, naturel, au point d'en être inévitable* » (Bourdieu, 1998, 21), d'autant qu'elle relève d'un construit social transmis à tout à chacun au cours des interactions socialisatrices.

En ce sens, les centres de remise en forme réservés aux femmes constituent autant de laboratoires d'étude pertinents pour analyser la construction genrée des corps. La problématique des rapports sociaux de sexe et de genre apparaît comme un mode d'entrée essentiel où il y a matière à interroger le « régime de genre », à travers les quatre aspects développés par Robert Connell (1983) : les symboles, les rapports de pouvoir, la division sexuée du travail et les modalités concrètes d'interaction⁶³.

⁶³ Nous reprenons ici la traduction réalisée par Mélie Fraysse et Christine Mennesson (2009).

Chapitre 2 : L'envers du décor

Introduction

Lors de mes premiers pas dans le monde de la recherche, le récit d'enquête était un impensé, un oublié de ma démarche, l'expression même m'était inconnue. Pourtant, sans même en avoir conscience, je me prêtai déjà à cet exercice, lors de discussions avec d'autres jeunes chercheurs ou dans un cadre plus formel lors de manifestations scientifiques. Questionnée sur mon entrée et mon maintien sur le terrain, ma propre expérience de l'observation participante, mon implication par corps en tant que jeune femme répondant supposément aux attentes normatives, ma réception des dispositifs expérimentés, etc., je livrais ici et là quelques anecdotes des coulisses de l'enquête au sein des centres de remise en forme réservés aux femmes. Au gré des échanges mais aussi et surtout des lectures, l'idée d'un récit d'enquête, comme partie intégrante du manuscrit de thèse, fait peu à peu son chemin. J'intègre en 2016 un atelier doctoral consacré à la question⁶⁴ au sein de l'un de mes laboratoires de rattachement, je participe en tant qu'auditrice au Congrès Ethnographie plurielles de l'Université Rouen Normandie, intitulé « Ethnographies et Engagement », j'engage une première communication à ce sujet lors du Congrès de la 3SLF⁶⁵ de 2017. Le passage de la verbalisation à l'écriture n'est pourtant pas chose aisée car mettre en récit les coulisses de l'enquête, c'est en quelque sorte mettre à nu l'apprentie chercheuse que je suis. En livrant ma démarche aux yeux de toutes et tous, je donne à voir une partie de mon journal de terrain qui m'a accompagnée tout au long de ma thèse ; une sélection de notes prises sur le vif ou *a posteriori* une fois seule, qui décrivent les éléments de contexte, les personnes, les lieux, les obstacles rencontrés, etc. avant que le temps ne les affecte et n'en atténue les détails. En somme, il s'agit d'une « *saisie brute du terrain, la plus élargie et la plus dense possible, avec le souci permanent de consigner les moindres détails* » (Dargère, 2012, 59), et ce, dans une tentative d'objectivation. Cependant, l'implication de la chercheuse sur son terrain se veut également émotionnelle m'amenant progressivement à coucher sur le papier mes doutes, mes craintes, mes échecs, « *mes déconvenues*⁶⁶ » (Bizeul, 1999) mais aussi

⁶⁴ Cet atelier doctoral prend la forme de séminaires au cours desquels il convient de « S'essayer aux récits d'enquête », pour reprendre l'intitulé de ce dernier.

⁶⁵ Le 9^{ème} Congrès International de la Société de Sociologie du Sport de Langue Française (3SLF) avait pour thématique : « Faire la passe et marquer. Débattre des usages sociaux des savoirs de sociologie du sport, du corps et de l'EPS ».

⁶⁶ Daniel Bizeul (1999) a rédigé un article où il raconte les difficultés rencontrées au cours de son enquête en milieu nomade, en mettant au jour l'imprévisibilité du terrain et ainsi les éléments indésirables avec lesquels il a dû composer. Finalement, il en vient à montrer que le chercheur ne peut avoir la maîtrise totale de ce qu'il se joue au cours de sa recherche.

mes réussites, mes joies, mes certitudes, tel le journal intime d'une adolescente. Autant d'éléments qui peuvent avoir une valeur heuristique selon Alain Blanchet et Anne Gotman (2007, 108) dans le sens où révéler les conditions de réalisation de l'enquête, en révélant le bricolage permanent et les ficelles mobilisées ; « *les décalages et rapprochements constants entre enquêteur et enquêtés, qui font l'efficacité et la fécondité spécifique du travail sur le terrain* » (De La Soudière, 1988) ; est source d'éclairage, de compréhension des données recueillies pour le lecteur pouvant le conduire à porter « *un jugement sur le travail d'enquête et d'analyse dont le chercheur a été l'instrument, d'abord en tant que personne amenée à établir des relations avec autrui (...) ensuite en tant qu'individu, pensant et éprouvant* » (Bizeul, 1998, 777). Dans ce contexte, l'expérience du chercheur devient un savoir à proprement parler, faisant partie intégrante de l'enquête (Beldame et Chauvier, 2016).

L'explicitation du protocole de recherche est également l'occasion de justifier les choix entrepris en adoptant une « *posture réflexive (...) essentielle à une juste restitution des résultats d'enquête, tant ces derniers sont dépendants de la manière dont ils sont produits* » (Renahy, 2006). Et cela se vérifie davantage encore quand le chercheur privilégie l'induction, « *toute la démarche, du début à la fin, [étant] enracinée et guidée par ce qui émerge des données empiriques* » (Guillemette et Luckerhoff, 2009, 15). Ce faisant, il convient de faire le deuil d'une planification précise de la recherche à mener, que ce soit dans la durée, l'échantillonnage ou encore les méthodes d'enquête pour laisser place à l'adaptation constante sur le terrain, au gré des situations et des acteur.rice.s rencontré.e.s. Elle encourage cependant une continuelle confrontation « *des discours indigènes, des observations consignées ou encore des documents institutionnels pour orienter le choix des outils de recueil et d'analyse des données à venir* » (Hidri Neys, 2018, 98). La méthodologie de la théorisation enracinée (MTE) s'est avérée pertinente en ce sens, m'amenant ainsi à concilier différentes approches, pour contourner les obstacles rencontrés. La première consiste à observer sans être vue, en maintenant une distance avec les espaces étudiés tout en me rapprochant de ces derniers par le biais d'une analyse quantitative et qualitative de leurs supports communicationnels. Un travail qui a autorisé d'une part, une progression et une familiarisation pas à pas avec mon objet et d'autre part, la préparation d'une deuxième phase d'observation incognito, participantes et non participantes *in situ* cette fois. Dès lors, j'ai pu m'approcher au plus près des acteur.rice.s du secteur de la remise en forme (gérant.e.s, encadrant.e.s et clientes) - exerçant leur activité professionnelle ou d'entretien corporel dans un cadre démixé selon le genre - des situations qui s'y déroulaient, de leur quotidien. L'acquisition des connaissances, des codes du milieu a, pour finir, permis de

révéler mon statut d'apprentie-chercheuse, et a encouragé la réalisation d'entretiens semi-directifs avec les différent.e.s protagonistes.

1. Les coulisses de l'enquête

1.1. Enquêter à distance

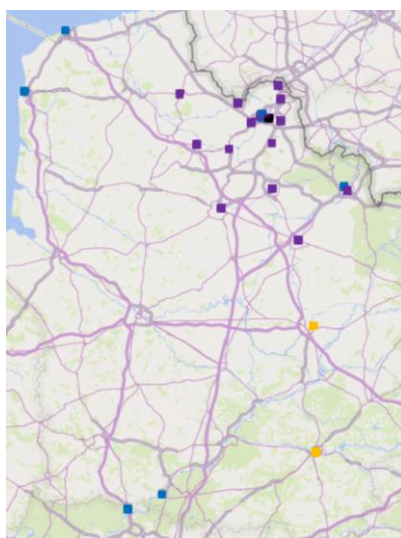
Pour subsister sur un marché très concurrentiel et conquérir leur clientèle, les centres de remise en forme tentent d'accroître leur visibilité en mobilisant différents canaux communicationnels qui se veulent à la fois textuels, visuels mais aussi sonores (affichages urbains, distribution de *flyers*, site *Internet*, création de page sur les réseaux sociaux, etc.). L'arrivée des réseaux sociaux a modifié quelque peu leur manière de faire. Car ces entreprises ne se sont pas seulement appropriées ce nouveau support de communication, elles en ont fait, dans nombre de cas, leur principal vecteur informationnel pour interagir avec leur clientèle actuelle ou potentielle, les amenant à communiquer plus régulièrement à travers la publication d'actualités, de commentaires mais aussi et surtout de supports visuels⁶⁷. Cette « *multiplication des informations issues des moyens de communication incite à mesurer leur influence* » (Grawitz, 2000, 550) en réalisant une analyse documentaire des photographies produites par les salles elles-mêmes. Nul doute cependant que ces dernières doivent être analysées avec précaution dans le sens où « *la tâche du publicitaire est de disposer favorablement le spectateur à l'égard du produit qu'il vante, et son procédé consiste (...) à en montrer un exemplaire éclatant dans un cadre enchanteur* » (Goffman, 1977, 36). Lorsque Hugo Juskowiak et Williams Nuytens (2013) ont souhaité travailler sur la formation des footballeurs, ils se sont tout d'abord intéressés aux biographies des joueurs professionnels et ont aussi dû faire preuve de prudence s'agissant du traitement de ces matériaux de seconde main, ces derniers comportant des biais comme celui de présenter une version subjectivée des acteurs et des situations. Les supports dont il est question ici n'échappent pas à la règle. Ils ont donc été traités en toute connaissance de cause pour ce qu'ils étaient, c'est-à-dire une production visuelle et textuelle des centres de remise en forme à des fins explicitement commerciales (Combessie, 2007). Leur analyse n'en demeure pas moins intéressante pour saisir la manière dont elles se donnent à voir à leurs client.e.s. Pour « *dénombrer [l]es éléments significatifs* », (Grawitz, 2000, 551) et « *vérifier statistiquement jusqu'à quel point sont généralisables les informations et hypothèses préalablement*

⁶⁷ Cela comprend les vidéos mais aussi et surtout les photographies, plus nombreuses.

constituées » (Combessie, 2007, 33 ; Goffman, 1977), le recours à un échantillon de taille suffisante s'est imposé. Si quantitativement ce critère pouvait être satisfait en envisageant une enquête régionale, le doute subsistait qualitativement au regard de la diversité des propositions de services sur le marché de la forme français. Circonscrire le terrain apparaissait donc prématuré. Afin de mieux saisir la pluralité de l'offre de fitness sur notre territoire, un recensement national de l'ensemble des organisations sportives privées marchandes dédiées à l'entretien corporel a été entrepris. Sa réalisation a nécessité la mobilisation de différentes sources informationnelles⁶⁸ ainsi qu'une progression département par département, pour mettre au jour l'existence de deux cent dix⁶⁹ établissements strictement réservés aux femmes. Ces informations recueillies et les comparaisons établies, la région des Hauts-de-France⁷⁰ avec ses vingt-sept salles unisexes (cf. Cartographie 1) s'est avéré un laboratoire d'étude pertinent.

Cartographie 1

Recensement des salles de remise en forme réservées aux femmes



Source : Cartographie réalisée par Louchet, C. à partir de Maps 3D.

⁶⁸ D'abord, l'annuaire numérique a permis de renseigner les coordonnées (géographiques et téléphoniques) de chacune d'entre elles. De manière systématique, j'ai procédé à la consultation des sites *Internet* et/ou de la page *Facebook* de chaque structure recensée puis s'agissant de la région des Hauts-de-France, je me suis rendue physiquement sur les lieux pour garantir autant que faire se peut leur existence. Ensuite, je me suis focalisée sur les articles publiés dans la presse locale telles que *La Voix du Nord* et le *Courrier Picard*. Cette ressource documentaire, « *qui s'avère souvent très riche, commode à utiliser, notamment lors des premiers moments de l'enquête* » (Beaud et Weber, 2003, 87), a permis d'intégrer progressivement à l'échantillon, les salles récentes qui profitaient de cet espace de diffusion pour informer de potentiel.le.s client.e.s de leur ouverture. Enfin, le site *Infogreffe* qui émane des greffes du tribunal de commerce a constitué une source fiable de renseignement et de vérification, permettant également d'intégrer à l'échantillon les salles ayant existé mais fermées depuis. Un travail assez fastidieux car aucune distinction n'est effectuée entre les structures accueillant un public mixte et celles réservées aux femmes. Il s'agissait donc de les vérifier une à une. La multiplication des sources d'information et la veille mise en place ont permis de réaliser un recensement le plus exhaustif et fiable possible.

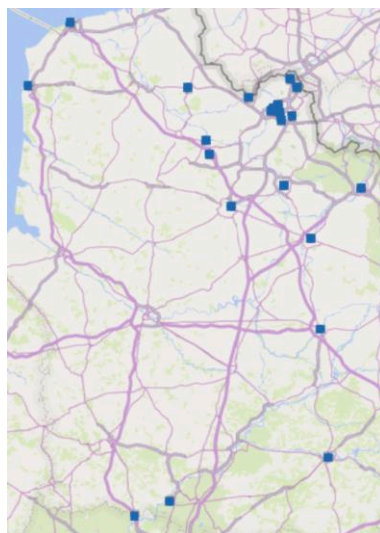
⁶⁹ Recensement réalisé par Louchet, C. (2015).

⁷⁰ Ainsi, on comprend que le choix d'enquêter dans la région des Hauts-de-France ne tient pas seulement aux moyens humains, temporels et financiers mis à ma disposition tout au long de mon travail de recherche.

Ces dernières se distinguent en deux types : celles appartenant à un réseau franchisé (n=20) telles que *Curves* (n=16, en violet), *Lady Moving* (n=2, en orange), *Lady Fitness* (n=1, en rose) ou encore *Tahiti Gym* (n=1, en noir) ; et les structures indépendantes plus rares mais bien présentes (n=7, représentées en bleu), connues sous le nom de *Bodyfit Club* (n=2), *Fitness Pass* (n=1), *Fitness Sun* (n=1), *Fit&Zen* (n=1), *Form'elles* (n=1) et *Lady Form Fitness* (n=1). Une telle étude n'ayant à ma connaissance jamais été menée au sein des établissements mixtes, il est apparu heuristique de les intégrer à l'échantillon. Ainsi, vingt-sept salles supplémentaires ont été versées à l'analyse (cf. Cartographie 2).

Cartographie 2

Représentation des salles de remise en forme mixtes enquêtées



Source : Cartographie réalisée par Louchet, C. à partir de Maps 3D.

Chacune d'elles devaient satisfaire mes critères d'inclusion à savoir 1) une égale représentation du nombre d'établissements mixtes/unisexes, 2) une égale répartition du nombre de structures indépendantes/franchisées, 3) une implantation géographique identique ou à défaut la plus proche d'un établissement unisexe⁷¹, en considérant les structures situées en milieu urbain ou rural, dans des communes de moins de 5 000 habitants comme dans des agglomérations de plus de 50 000 habitants, tantôt en centre-ville ou en zone résidentielle, tantôt en zone commerciale voire industrielle. Cette attention portée à la diversité des établissements étudiés a permis d'inclure dans l'échantillon des salles accueillant une clientèle aux caractéristiques sociodémographiques hétérogènes (Aubel, Lefèvre et Tribou, 2008), nous en avons déjà fait état précédemment (cf. Chapitre 1).

⁷¹ J'ai veillé à attribuer à chaque structure unisexe, un établissement mixte.

Tous les supports de communication diffusés sur le réseau social *Facebook*⁷² et sur leurs sites *Internet* ont intégré le corpus de données, soit 3 235 photographies publiées entre 2010 et le 1^{er} janvier 2015⁷³. Ces publications numériques étant éphémères⁷⁴, il convenait de les archiver, une à une, d'enregistrer leur provenance, de dater leur publication, puis de les numéroter pour enfin les traiter informatiquement à l'aide du logiciel *Sphinx*⁷⁵. Pour permettre une analyse objective et systématique de l'ensemble du corpus de données, une grille d'analyse a été réalisée (cf. Annexes 1 et 2) permettant de progresser du général au particulier par le biais de cent soixante-six modalités réparties en trois thèmes. Le premier, relatif à l'organisation sportive elle-même, renseigne le positionnement, la politique de tarification ou encore les services proposés. Il s'agit ici de rendre compte de l'offre effective dans chacune des structures constituant notre échantillon. Le deuxième intègre les éléments visibles constitutifs de l'apparence physique, entendu comme l'ensemble des caractères physiques, des attitudes corporelles et des attributs (Pagès-Delon, 1989) des « personnages » présentés : les gérant.e.s, encadrant.e.s et la clientèle. Ils révèlent « *les événements comportementaux* » (Goffman, 1977, 34) et montrent les manières de paraître au sein de ces établissements. Le dernier thème se concentre quant à lui sur les différents composants caractérisant le lieu de pratique lui-même, à travers la présence ou non de miroirs, les éléments décoratifs, les affichages, etc. Si cette première étude a permis de comparer les centres de remise en forme unisexes à leurs homologues mixtes, mettant à la fois au jour les ressemblances et dissemblances de leurs stratégies commerciales, propositions de services ou encore espaces de pratique – et autorisant ainsi d'analyser la manière dont chacune des parties appréhende le marché et se positionne sur celui-ci - il convenait de dépasser ces supports communicationnels en nous approchant de ces institutions d'un nouveau genre.

⁷² Les établissements de remise en forme privilégiant le réseau social *Facebook* pour communiquer avec leurs client.e.s et potentiel.le.s client.e.s, j'ai décidé d'en faire de même s'agissant de l'analyse de leurs supports publicitaires écartant ainsi les éventuelles publications sur d'autres réseaux.

⁷³ Ce bornage temporel ne relève pas d'un choix arbitraire mais s'explique par le fait que la première publication encore disponible sur le réseau social *Facebook* date de 2010. Au regard du nombre de supports visuels collectés, nous avons décidé de clore le recueil au 1^{er} janvier 2015.

⁷⁴ Les raisons peuvent être diverses. Certaines salles effacent les contenus d'une année à l'autre, d'autres suppriment leur site internet et/ou leur page *Facebook* lors de la vente ou encore de la fermeture définitive de leur établissement, etc.

⁷⁵ Le logiciel *Sphinx* est un outil permettant à la fois la collecte d'informations et l'analyse statistique de ces dernières.

1.2. Une entrée sur le terrain incertaine

L'analyse de ces données institutionnelles m'invitait à étudier autrement le phénomène « *avec l'intention d'établir des faits de pratique, de saisir le contexte contraignant dans lequel ils se développent, de prendre en compte le travail verbal des acteurs* » (Arborio et Fournier, 2003, 7), il me fallait gagner ma place d'observatrice. Après avoir fait parler les images et textes, il convenait de pénétrer au sein de ces lieux privilégiés de l'entretien corporel pour « *produire des sources de première main, plus fiables et plus nuancées que les sources indirectes* » (Beldame et Perera, 2016, 18). L'entrée sur le terrain demeure néanmoins incertaine ; quelle que soit notre (mé)connaissance de celui-ci, notre proximité/distance avec l'espace, les acteur.rice.s, les faits et les situations. Ce faisant, je m'interroge sur la manière dont je vais pouvoir gagner ma place d'enquêtrice.

Etudiante en master au début de ce travail de recherche, je profite des exigences de mon parcours de formation pour solliciter un stage au sein d'une salle de fitness réservée aux femmes franchisée *Curves*. Dès la première prise de contact, je dois essuyer un refus et m'en tenir à une brève explication du gérant, qui souhaite préserver l'espace et les adhérentes de tout individu extérieur afin de ne pas dévoiler ce qu'il s'y jouait. Si les institutions ne sont pas comparables, l'argument justifiant mon exclusion est identique à celui donné à Muriel Darmon (2005, 109) dans le cadre de son étude sur l'anorexie - quand elle a émis le souhait d'approcher des patient.e.s pris en charge au sein d'un hôpital psychiatrique - c'est « *un lieu intime* ». Si dans le cadre médical, cet argument peut être défendu afin de préserver le secret médical, principe même de la relation patient - personnel soignant, et garantir la non-divulgence des données de santé soumises à un régime juridique strictement encadré, il étonne dans un espace de remise en forme où il n'est question, à première vue, que d'activité physique. Si certain.e.s gérant.e.s interrogé.e.s semblent outrepasser leurs prérogatives et s'apparentent à des personnels de santé⁷⁶, il.elle.s ne sont aucunement soumis à des règles de confidentialité telles que celles précédemment décrites. Il apparaît plus probable d'invoquer la protection de la « *recette commerciale* » pour justifier la méfiance à l'égard du monde extérieur, comme l'explique Jeanne-Maud Jarthon⁷⁷ (2012) après s'être vue refuser, lors de son étude portant sur « *la construction du féminin à travers le fitness* », l'accès à plusieurs centres de remise en forme

⁷⁶ Un élément qui est développé dans le cadre du Chapitre 5.

⁷⁷ Rencontre lors d'un colloque, Jeanne-Maud Jarthon m'a fait part de son intérêt pour les centres de remise en forme unisexes et de sa volonté de les étudier dans le cadre de sa thèse. Cependant, en dévoilant son statut de chercheuse, les portes des établissements *Curves* lui sont restées closes, l'amenant à envisager un autre terrain d'enquête.

unisexes selon le motif suivant : la préservation de leurs stratégies marketing et commerciales. Ainsi, on comprend qu'au sein de ces espaces, le curieux n'a pas sa place sous peine d'être assimilé à un voyeur ou pire un « espion » envoyé par la concurrence. Afin de dissiper le doute, je propose de prouver mon appartenance institutionnelle (par le biais de la carte délivrée par l'université) et ainsi mon statut d'étudiante. Mais rien n'y fait, je dois faire face à un refus catégorique sans qu'aucune discussion ne soit possible sur l'instant. Je poursuis donc l'expérience dans d'autres établissements, CV et lettres de motivation sous le bras, durant plusieurs jours, avant que la gérante d'un établissement *Femmes en Forme* accepte de me prendre en stage. Seule condition que celui-ci ne débute qu'en mars, période à laquelle elle souhaite lancer une campagne de communication, qu'il faut construire et diffuser, pour relancer la souscription d'abonnements. Je reprends contact quelques semaines plus tard, pour officialiser ma mise en stage. Profitant de la signature de mes conventions, elle me fait visiter, me propose de rester pour m'imprégner des lieux et me confie plusieurs documents sur lesquels je peux d'ores et déjà travailler pour me familiariser avec ses attentes. Je tiens ainsi mon stage mais surtout, mon entrée sur le terrain.

Quelques semaines plus tard, une autre salle répond favorablement à ma demande et précise vouloir m'accueillir pour une période d'un mois, en tant que stagiaire commerciale. A mon plus grand étonnement, il s'agit de l'établissement *Curves* qui avait refusé catégoriquement ma présence. Le fait d'être une femme a ici son importance, nul doute qu'être « étudiant-stagiaire » dans cet établissement aurait été autrement compliqué. En effet, il n'est pas rare « *que les portes du terrain demeurent closes, sans ajustement possible, quand le sexe de l'enquêteur ou enquêtrice n'est pas le sexe majoritaire sur le terrain* » (Monjaret et Pugeault, 2014, 82). Nulle supputation de ma part, puisque que quelques mois plus tard, le gérant de cette salle me contacte pour me faire part de la sollicitation de trois étudiants souhaitant réaliser des entretiens avec ses clientes dans le cadre de leur formation en Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives (STAPS). Il ne cache pas son agacement face à cette situation : « *ils ont osé rentrer dans un espace qui leur est interdit, à trois en plus. Les clientes se sont demandées ce qu'il se passait et il y a de quoi. Quel manque de respect !* ».

Je m'empresse d'accepter cette nouvelle mission de stage en prenant « *un rôle déjà existant* » (Arborio et Fournier, 2003, 27) mais vacant à mon arrivée, afin de pouvoir observer ce qu'il se joue à l'intérieur sans attirer l'attention sur moi. En prenant le poste de stagiaire commerciale, je pense pouvoir me fondre dans le décor avec discrétion, ces fonctions me permettant d'une certaine manière de « *trouve[r] une place parmi [mes enquêté.e.s]* » (Beldame et Perera, 2016, 23) tout en perturbant « *le moins possible l'objet humain observé* » (Grawitz, 2000, 445). Je

m'attèle donc aux tâches confiées en adoptant « *les pratiques quotidiennes des personnes sur lesquelles j'enquêtais* » (Le Renard, 2010, 133). Pour ce faire, et pour me « *repérer dans leur monde vécu* » (Cefaï, 2002, 130), il me faut intégrer le vocabulaire technique des indigènes pour désigner : le matériel et les exercices réalisés (« *circuit-training* », « *station* », « *plateformes de récupération* »); les procédures de suivi individualisé des pratiquantes (« *bilan mensuel* », « *bilan silhouette* », « *fourchette d'adiposité* »); les procédures commerciales (« *script* », « *création d'invitées* », « *boîté* »⁷⁸). Il s'agissait véritablement d'incorporer les manières de dire et de faire pour réduire la distance avec les enquêté.e.s (Le Renard, 2010 ; Peretz, 1998). Comme Alexis Trémoulinas (2007) a vécu une intégration légitime progressive grâce à une présence assidue sur le terrain, autrement dit, en se rendant fréquemment sur une esplanade afin d'enquêter sur les sociabilités liées à la pratique du football informelle, la mienne a été facilitée par ma formation en STAPS : un parcours commun aux encadrant.e.s⁷⁹ qui m'a permis de nouer des liens et d'être assimilé à l'une des leurs. Ma présence quasi-quotidienne au sein de l'établissement s'est avérée utile en ce sens, tout en suscitant l'interrogation des clientes. Mises en présence d'une personne « étrangère », elles ont cherché à en apprendre plus à mon sujet (Goffman, 1973), j'ai donc accepté, durant les premiers temps du stage, de renouveler à la demande, l'exercice de la présentation de soi, qui demande d'être suffisamment précise pour répondre aux interrogations des adhérentes mais suffisamment vague pour ne pas influencer leurs comportements. Très simplement, je me suis présentée comme étudiante en Master 1 Management du Sport à l'université Lille 2, souhaitant découvrir le métier de commercial au sein d'une structure de remise en forme. Ces précisions apportées, j'étais assimilée à une membre de l'organisation, présente pour une durée limitée. Cette mise dans le rôle impliquait néanmoins d'accéder aux diverses demandes des clientes. Il peut s'agir de renseigner l'heure à laquelle débute le cours de *Zumba*, d'imprimer un « *Pass voyage*⁸⁰ » ou encore de délivrer « *leur rapport sur le poids et les mensurations* », etc., tout en menant « *une*

⁷⁸ Le « *script* » est un scénario, écrit préalablement par les concepteur.rice.s de la franchise *Curves*, devant être suivi scrupuleusement par les gérant.e.s et encadrant.e.s dès lors qu'il.elle.s reçoivent ou émettent un appel téléphonique, qu'il.elle.s accueillent de potentielles clientes au sein de leur établissement, qu'il.elle.s se trouvent dans le cadre d'une souscription d'abonnement, etc. La « *création d'invitées* » consiste, quant à elle, à faire ce que l'on nomme en marketing de la prospection directe, il s'agit dans le cas présent d'une distribution de *flyers* invitant les femmes à venir faire une séance d'essai gratuite afin de découvrir le fonctionnement d'une structure *Curves*. Pour finir, derrière l'expression « *boîté* » se cache la distribution de supports publicitaires au sein des boîtes aux lettres de l'ensemble des particuliers d'une zone donnée, cela peut être un quartier, une ville voire même s'étendre à plusieurs communes.

⁷⁹ Une partie d'entre eux, les autres étant titulaires d'un Brevet Professionnel de la Jeunesse, de l'Education Populaire et du Sport (BPJEPS).

⁸⁰ C'est un laissez-passer permettant aux adhérentes d'un établissement *Curves* d'accéder à tous les autres, gratuitement, qu'il soit en France ou à l'étranger. Il doit être renouvelé tous les mois.

observation totale » au sens où l'entendent Stéphane Beaud et Florence Weber (2003, 170), c'est-à-dire la prise en compte de trois dimensions, « *son déroulement, son cadre matériel [et] les interactions dont il est lui-même le cadre* ». La description détaillée des lieux, des positions et évolutions respectives des différents acteur.rice.s, de l'apparence physique des protagonistes, a pu être consignée dans un carnet de bord numérique⁸¹ et m'a semblée nécessaire pour « *rendre compte de pratiques sociales, [pour] mettre au jour ce qui les oriente, ce qui amène les acteurs à leur donner telle forme* » (Arborio et Fournier, 2003, 44). Respectueuse des préceptes de la méthodologie de la théorie enracinée ; et au-delà des éléments consignés dans ma grille d'observation (cf. Annexe 3) issus de l'analyse des supports communicationnels, j'étais « *à l'affût de la moindre conversation, du moindre geste, du moindre évènement se déroulant dans les murs de l'établissement* » (Dargère, 2012, 30).

A cet instant, tous ignorent le « double jeu » que je mène, à la fois stagiaire commerciale et apprentie-chercheuse. Le révéler à ce stade pourrait briser la connivence créée avec les enquêté.e.s, et donc me compromettre, surtout s'il.elle.s me soupçonnent de ne pas être celle que je prétends (Bromberger, 2016). Pour éviter cet écueil, il me fallait donc passer sous silence cet aspect, momentanément du moins. De fait, même s'il n'y a pas eu « *de fabrication de rôle, ni de travestissement d'identité pour justifier une place dans le système étudié* » (Dargère, 2012, 26), je me glissais dans l'intimité professionnelle des gérant.e.s et encadrant.e.s à leur insu ainsi que celle des clientes dans le cadre de leur pratique d'entretien corporel. Si je ne suis pas très à l'aise avec ces observations incognito, force est de constater que « *l'accès au terrain a pu se faire grâce à la dissimulation du statut* » (Dargère, 2012, 26) d'enquêtrice. Et progressivement, la connaissance de l'environnement, du concept et des membres de cette institution a constitué autant de ressources pour gagner « *la confiance des enquêtés* » (Trémoulinas, 2007, 113). Le temps passant, et certains éléments faisant, je compris que mon statut d'étudiante-stagiaire, synonyme d'apprentissage, n'était pas menaçant socialement (Beaud et Weber, 2003), mieux, qu'il me rendait inoffensive⁸² à leurs yeux. De plus, il justifiait « *un intérêt manifeste pour comprendre quelques éléments de la situation* » (Arborio et Fournier, 2003, 35), une certaine curiosité, finalement, il légitimait mes questionnements. Seulement alors, je me suis risquée à dévoiler mon intérêt pour les centres de remise en forme réservés aux femmes et la réalisation d'un mémoire sur la question. A ma grande surprise, ma démarche a été bien accueillie et,

⁸¹ L'utilisation de mon ordinateur personnel n'a pas fait l'objet de questionnements puisque ce dernier m'était nécessaire pour mener à bien les missions attribuées au sein de l'établissement.

⁸² L'accès aux comptes de l'entreprise, aux factures, au logiciel de gestion des adhérentes, m'est donné. Si le dernier élément s'avère utile compte tenu des tâches qui me sont confiées, les deux autres ne le sont en aucun cas.

comme l'a montré Véronique Muscianisi (2016, 65) dans son travail ethnographique portant sur une compagnie de mime contemporain, « *une possibilité m'est ainsi donnée - sans que la chercheuse ne le demande - d'accéder à une strate supplémentaire* ». Je pouvais aller et venir à ma guise, me familiariser avec les outils, participer au recrutement d'un nouvel encadrant⁸³, solliciter des entretiens auprès de chacun des membres du personnel, me rendre dans d'autres établissements de la franchise pour voir d'autres manières de faire. Plus encore, j'ai été invitée à me joindre aux pratiquantes sur le *circuit-training* ou lors des cours collectifs. Autant de portes ouvertes qui tiennent à mon sexe, mon statut d'étudiante couplé à celui de stagiaire. J'ai ainsi pu étendre mes observations à trois structures supplémentaires⁸⁴, accroître ma connaissance du réseau et créer de nouveaux contacts. L'occasion également de constater que les salles *Curves* de la région demeurent étroitement liées les unes aux autres malgré leur statut de franchisés indépendants. En effet, je découvre que nombre d'encadrant.e.s pallient l'absence de leurs homologues aux quatre coins du territoire, que les responsables échangent régulièrement par mail, qu'il.elle.s s'entraident lors de nouvelles ouvertures, qu'il.elle.s partagent leur matériel, les pièces de rechange, etc. En somme, je découvre un véritable réseau d'interconnaissance qui s'étend même à la concurrence. Cette idée est renforcée le jour où le gérant de ma structure d'accueil m'annonce la fermeture imminente d'un centre réservé aux femmes appartenant à une autre franchise. Informé par la gérante⁸⁵ elle-même, il me rapporte leur discussion, « *la décision du tribunal de commerce n'a pas encore été rendue, cependant compte tenu des comptes de ces derniers mois, il n'y a aucune chance pour que l'activité puisse se poursuivre* ». Cette structure n'est autre que la salle *Femmes en forme* dans laquelle je dois réaliser mon second stage. Quelques jours plus tard, je prends connaissance de la décision du tribunal de commerce sur la porte du centre, comme nombre de femmes qui m'entourent, « *les sportives (...). J'ai le regret de vous annoncer que le centre Femmes en forme a été contraint de fermer ses portes. Effectivement, le tribunal de commerce a statué sur la liquidation judiciaire du centre, malgré tous nos efforts. Cependant, nous ne vous abandonnons pas dans votre objectif minceur ou forme, et vous avez la possibilité de finir vos abonnements dans le centre [concurrent d'une ville voisine]* ». Suite à cette annonce, je me résous à faire l'intégralité de mon stage au sein de la franchise *Curves* soit l'équivalent de deux cent cinquante heures⁸⁶, dans trois établissements

⁸³ Le gérant cherchant expressément à recruter un homme.

⁸⁴ Entre le 3 février et le 26 mars 2014.

⁸⁵ Ils se sont rencontrés à plusieurs reprises, la gérante de cet établissement *Femmes en forme* s'étant rapprochée de lui au moment de créer son entreprise pour se familiariser avec le concept *Curves*, concept qu'elle a fini par écarter au profit du réseau *Femmes en forme*.

⁸⁶ En effet, les heures devant être effectuées au sein du centre *Femmes en forme* ne pouvant être réalisées, il me fallait allonger la durée de mon stage chez *Curves* afin de répondre aux exigences de mon parcours de formation.

distincts. La consistance du journal de terrain et la redondance des faits observés faisant, un certain ennui en tant qu'enquêtrice commence à s'installer indiquant la saturation provisoire du terrain. Il me semble à ce stade inutile de prolonger l'expérience dans la franchise. Ma mission touchant à sa fin, je remets un exemplaire de mon rapport de stage au gérant de l'établissement. Il semble également intéresser par la lecture de mon mémoire cependant, « *le retour à la population enquêtée (...) va un peu moins de soi pour le chercheur; nécessairement anxieux devant l'accueil qui sera fait à son travail* » (Pinçon et Pinçon-Charlot, 1991, 133). Si celui-ci est encore loin d'être achevé, l'anxiété est de rigueur étant d'ores et déjà consciente que mes premiers résultats peuvent mettre à mal le positionnement des entreprises appartenant au réseau *Curves*. En effet, l'analyse de ces institutions sportives, c'est-à-dire de ses dispositifs, de son mode de fonctionnement, de sa politique commerciale et de la manière dont elles se donnent à voir pour conquérir leur clientèle, a montré un décalage entre ce qui relève des intentions et des pratiques. Dès lors, comment restituer mes résultats aux enquêtés tout en conciliant engagement moral et indépendance, production de savoirs et maintien sur le terrain ? J'ai d'abord pensé leur fournir une version « édulcorée », qui omettait tout élément critique, une idée avec laquelle j'étais moralement en désaccord même si elle avait le mérite d'être arrangeante. Ne trouvant aucune solution satisfaisante à mes yeux, je me suis contentée de jouer sur l'oubli, d'autant que des propositions de recrutement me parvenaient ; le stage de deux mois réalisé au sein de ces trois centres *Curves* a porté ses fruits. On reconnaît « mes compétences en management du sport », on apprécie « le travail réalisé » au sein de la structure et notamment « mon respect à l'égard des clientes », etc. je me vois donc proposer des postes de commerciale voire même de « *coach*⁸⁷ ». Bien qu'un emploi au sein d'un établissement aurait eu l'avantage de financer mon master et mes premières années de thèse, tout en autorisant un terrain totalement ouvert, ces propositions d'embauche s'accompagnaient malheureusement toutes, sans exception, de clauses de confidentialité avec lesquelles mon travail de recherche n'était en rien compatible. A ce stade, je prends conscience que rompre la relation d'enquête sur le terrain est un processus délicat qu'il faut négocier avec tact afin de ne pas compromettre les prochaines immersions (Drabo, 2016). Je choisis donc de décliner les offres en me cachant derrière des impératifs liés à la poursuite de mes études.

⁸⁷ Nommé ainsi au sein des établissements.

1.3. Se révéler aux yeux de tous (ou presque)

Pour poursuivre mon travail d'enquête, même si cela a déjà porté à conséquence, je ne peux réitérer les demandes de stage de manière systématique⁸⁸. Les questions se multiplient alors sur la manière de négocier cette nouvelle entrée sur le terrain, ayant toujours à l'esprit les difficultés déjà rencontrées pour acquérir le statut précédent. Devais-je mobiliser le réseau d'interconnaissance développé l'année passée, qui semblait satisfait de mon travail et avec lequel j'ai entretenu des échanges réguliers ? Même si cette méthode peut s'avérer facilitante, dans le sens où les gérant.e.s et encadrant.e.s appartenant au réseau franchisé *Curves* entretiennent des liens entre eux, cette proximité peut tout aussi bien être synonyme d'un rejet consensuel et ainsi me fermer les portes des deux tiers des salles de la région. Le risque semble trop grand, j'abandonne définitivement cette idée d'autant que d'autres possibilités peuvent être envisagées. La plus évidente est de pénétrer ces espaces de remise en forme telle n'importe quelle femme souhaitant mener une activité d'entretien corporel, en m'acquittant des droits d'entrée, sous-entendu en dissimulant la principale raison de ma présence. Cependant, compte tenu des contrats d'engagement proposés, à savoir douze mois pour la plupart d'entre eux, investir les vingt-sept⁸⁹ établissements de la sorte, même en conciliant plusieurs abonnements en même temps, s'avère difficile à mettre en œuvre pour des raisons de faisabilité. S'il n'est pas question d'écarter cette manière de faire, elle apparaît néanmoins insuffisante, j'envisage alors de négocier un à un chaque entretien, à découvert cette fois, en me rendant physiquement⁹⁰ dans chacune des salles de fitness réservées aux femmes de la région des Hauts-de-France. Ayant déjà réalisé douze *interviews* avec des représentant.e.s d'institutions franchisées, je me tourne dans un premier temps vers les indépendantes qui semblent surprises de ma démarche, multipliant ainsi les questions. Il me faut alors préciser mes intentions, sans toutefois trop en dire aux risques de les effrayer ou d'orienter leur discours, mais suffisamment pour tenter de lever toute objection de confidentialité⁹¹. Enrichie par l'expérience de l'année passée, un travail

⁸⁸ Et ce, pour des raisons qui tiennent : 1) aux contraintes calendaires universitaires imposant une mise en stage uniquement au second semestre, me privant ainsi de plusieurs mois de terrain ; 2) à l'impossibilité d'intégrer les différentes salles de la région en moins de six mois, compte tenu de leur nombre ; 3) à la difficulté de justifier une mise en stage à plusieurs centaines de kilomètres de mon université de rattachement ainsi que de mon domicile personnel ; 4) à l'évolution de mon statut au cours de ce travail de recherche, passant d'étudiante en master (professionnalisant) à doctorante.

⁸⁹ Trois salles ont déjà pu être enquêtées au cours du stage réalisé l'année précédente.

⁹⁰ Ce choix s'est révélé décisif puisqu'il m'a permis d'obtenir les douze premiers entretiens avec des professionnel.le.s du secteur, à ce stade de l'enquête. Seule une gérante a refusé cette entrevue, refus qui avait déjà été de rigueur l'année passée lors d'une prise de contact par téléphone. Cette manière de faire a été totalement abandonnée suite à cette expérience.

⁹¹ Argument auquel j'ai été confrontée l'année précédente dans plusieurs de ces espaces non-mixtes.

préparatoire a été opéré pour définir ce que je pensais être la meilleure façon d'expliquer la recherche en train de se faire. Je me suis alors présentée comme une « *étudiante en STAPS, [qui] réalise une étude sur les femmes et le sport. Le but étant de comprendre ce qu'elles recherchent dans la pratique d'une activité physique, la manière dont elles s'impliquent dans celle-ci* ». J'ai ainsi volontairement passé sous silence mon intérêt pour le caractère non-mixte de ces espaces de remise en forme ainsi que son impact éventuel sur le déroulement même de la pratique. Comme l'a vécu Camille Couvry (2016, 175) lorsqu'elle a mené son ethnographie des comités de sélection de Miss en Normandie, ou l'explique Henri Peretz (1998) mon sexe, au sens de celui présenté à l'état civil, fut perçu par mes enquêtés.e.s comme « *un mobile pour (...) expliquer l'intérêt scientifique porté à l'objet* ». Etre une femme parmi les femmes devient un atout. Cette préparation s'est avérée fructueuse puisque la démarche est accueillie avec beaucoup d'enthousiasme par Cathy, la première gérante contactée, et le rendez-vous fixé la semaine suivante. Accompagnée de la co-gérante, Sophie, l'accueil réservé le jour de l'entretien est cependant très différent, leurs comportements se révèlent distants, les échanges brefs et le regard froid et insistant de cette dernière n'améliore en rien le climat ambiant. C'est d'ailleurs elle qui mit fin à l'entretien, prétextant la prise en main d'un cours collectif. Incrédule face à la situation venant de se dérouler, je prends quelques minutes pour consigner ce qui venait de se jouer, une fois seule dans ma voiture, mon principal « *espace de refuge* » (Dargère, 2012, 62) durant toute la durée de mon enquête. Car, une fois dans ces salles unisexes, il n'y a guère d'espace autorisant une observation discrète à l'abri des regards⁹², de cloison derrière laquelle je pourrais prendre quelques notes à la dérobée, elles se veulent totalement ouvertes. En tant qu'apprentie-chercheuse, cet agencement est confortable dans le sens où je bénéficie d'une vision d'ensemble me permettant de voir toutes les personnes présentes dans la structure, tant les membres du personnel que les clientes, d'être témoin de chaque discussion, prise de mesures, souffrance provoquée par l'intensité de l'effort sur les machines, etc. tout en s'avérant contraignant dans la mesure où chaque fait observé doit être mémorisé et restitué *a posteriori*. La porte de l'établissement refermée, je tente donc de comprendre les raisons de ce revirement. Sophie était-elle réticente à cet entretien contrairement à Cathy ? Mettait-elle en doute mon statut d'étudiante du fait des vacances d'été qui battaient leur plein ? Est-il possible qu'elle ait fait des recherches à mon sujet et qu'elle ait découvert l'objet de ma communication lors d'un Congrès, durant le mois de juin précédent ? Si je ne peux écarter définitivement aucune de ces possibilités, je crois néanmoins tenir l'élément « perturbateur » : mon apparence physique. En

⁹² Si les vestiaires pourraient éventuellement le permettre, ils demeurent des lieux où chacune peut être observée.

effet, en consignnant les attributs corporels de mes enquêtées, je prends subitement conscience du décalage existant entre nos présentations, comme le montre l'Encadré 1.

Encadré 1

Observations du mercredi 16 juillet 2014

Cathy, arrivée au terme de sa grossesse, affiche un ventre très arrondi dans sa robe fleurie bordeaux et a opté pour une paire de tongs. Sophie, quant à elle, a revêtu un débardeur vert sur un pantacourt ample blanc ainsi que des crocs blanches ». Apprêtée pour une réunion professionnelle⁹³ en fin d'après-midi, je me présente pour ma part avec un tee-shirt imprimé fleuri, un jean moulant et une paire de chaussure à talons hauts. Une tenue agrémentée d'un léger maquillage (crayon noir et mascara) et de boucles d'oreilles fleuries.

En me présentant ainsi, j'ai oublié le précieux conseil énoncé par Michel Pinçon et Monique Pinçon-Charlot (1991, 127), dans le cadre de leur enquête sur l'aristocratie et la grande bourgeoisie, à savoir adapter mon apparence corporelle aux « *critères d'appréciation de la tenue et de la manière d'être que les personnes (...) contact[ées me] paraissent susceptibles de mettre en œuvre* ». Si les professionnel.le.s exerçant leur activité au sein des salles de remise en forme réservées aux femmes ne sont pas issus de cette catégorie sociale, il.elle.s n'en ont pas moins leur propre système de représentation dans lequel le corps et ses attributs tiennent une place prépondérante. Consciente dès lors que le corps de la chercheuse est loin d'être neutre pour mes enquêté.e.s, et qu'être une femme parmi les femmes est un atout tant que les normes de féminité demeurent cachées, je développe une nouvelle compétence celle d'adapter « *mon apparence aux différentes situations, selon les normes de l'institution (...) dans [laquelle] je me trouv[e]* » (Le Renard, 2010, 133). Les observations déjà menées au sein des centres *Curves* ont permis de définir la présentation adéquate à adopter. Avant chaque entretien, je veillais donc à ce que mes cheveux soient noués en queue de cheval, à me défaire de mes bijoux ainsi que de mon maquillage, à revêtir un jean agrémenté d'un tee-shirt et d'un gilet amples et pour finir des chaussures plates (Converse). Cette tenue vestimentaire ne m'a plus valu aucun regard insistant, aucune attitude déplaisante, aucun refus sur le terrain. Cependant, fait surprenant, je découvre à la lecture des travaux de Geneviève Pruvost (2014), portant sur la féminisation de la police,

⁹³ Lors des vacances scolaires, je travaille pour une commune en tant qu'animatrice dans un centre de loisirs. Même si je suis en repos ce mercredi-là, je dois me rendre à une réunion avec la Directrice Générale des Services ainsi que des élus locaux. J'ai donc adopté une tenue de rigueur.

que cette dernière avait opté pour une apparence similaire⁹⁴ afin de faciliter son intégration au sein d'un milieu pensé au masculin. Malgré les dissemblances apparentes de nos terrains d'enquête - l'une tentant de pénétrer un « monde d'hommes » quand l'autre espère intégrer un espace réservé aux femmes - nous avons toutes deux neutraliser les attributs de notre féminité pour faciliter notre admission. Pour autant, ce constat ne peut être généralisé tant il dépend du contexte étudié. Les travaux de Camille Couvry (2016, 177-178), sur les concours de Miss, en sont d'ailleurs une illustration concrète. Pour entrer dans son rôle de chercheuse et ainsi gagner sa place dans l'univers des Miss, Camille Couvry explique avoir adopté certains attributs associés à la féminité alors qu'elle était peu habituée à se maquiller, à porter des bijoux, à revêtir des chaussures à talon ou encore à choisir des tenues vestimentaires pour « *leur allure féminine* ». Pour y remédier, elle a procédé à « *des adaptations concrètes* » qui se sont traduites par l'achat de produits cosmétiques, de robes, de collants et de chaussures à talons. A travers ces différents exemples, on comprend combien la connaissance du terrain d'enquête est décisive pour adopter la « bonne » « *présentation de soi* » (Goffman, 1973).

L'avancée des entretiens faisant, je renoue avec les professionnel.le.s exerçant au sein des établissements franchisés et me heurte de nouveau à la méfiance d'un commercial et encadrant présent à l'accueil d'un centre *Lady Moving* : « *je peux pas répondre à tes questions car tu pourrais très bien être de la concurrence ou journaliste* » donc, « *je peux seulement te dire ce que je dis aux femmes qui viennent pour prendre des infos, rien de plus. Je veux pas me retrouver en mauvaise posture avec ma responsable* ». Si je ne doute pas de cette dernière justification, ayant déjà essuyé un refus avec la gérante contactée par téléphone plusieurs mois plus tôt pour ces mêmes raisons⁹⁵, je persiste néanmoins à questionner mon interlocuteur, obtenant ainsi une conversation d'une vingtaine de minutes qui s'est avérée enrichissante. Dans un premier temps, je dois donc me contenter d'informations sommaires relatives aux prestations de services proposées par l'établissement (description des espaces, des cours collectifs dispensés, du suivi individualisé, etc.). Mais au fil des échanges, les langues se délient laissant de côté, en partie du moins, le discours formaté de l'encadrant-commercial. Dès lors, j'apprends que les tarifs pratiqués par *Lady Moving* sont les plus élevés de la ville, un élément qui semble avoir échappé à mon interlocuteur qui tente de les justifier en s'appuyant sur les forces de la franchise. Pour

⁹⁴ En effet, l'auteure précise se présenter physiquement sur son terrain comme suit : « *cheveux longs noués, chaussures plates en police judiciaire, tennis en police secours, jeans, veste en cuir arrivant à mi-cuisse, absence de bijoux et de maquillage* » (Pruvost, 2014, 173).

⁹⁵ Cette dernière m'indique, au cours de l'appel, ne pas pouvoir me « *donner plus d'information, il faudrait contacter la franchise elle-même pour obtenir les informations que vous voulez. S'ils sont d'accord, je pourrais vous recevoir pour vous parler du club et répondre à vos questions* ».

ce faire, il insiste sur l'encadrement proposé au sein de la structure, le suivi individualisé des clientes, la réalisation de bilans mensuels et critique ouvertement ses concurrents mixtes, *Basic Fit* et *l'Orange Bleue*, en pointant l'« absence de personnel », l'« abandon de leurs abonnés parce qu'ils ne sont pas suivis par des coaches, parce qu'ils ne savent pas quoi faire dans la salle ». Un discours qui m'est familier dans le sens où il ressemble à s'y méprendre à celui tenu par d'autres gérant.e.s d'une franchise concurrente, dont la clientèle est exclusivement constituée de femmes. Même si cela est dit à demi-mots⁹⁶, l'encadrant évoque les difficultés rencontrées par l'entreprise pour fidéliser ses adhérentes mais aussi et surtout pour en attirer de nouvelles, le prix constituant un frein pour nombre d'entre elles. Et les conséquences ne se font pas attendre, puisque le pôle esthétique a dû cesser son activité faute de clientèle suffisante. Profitant de l'arrivée d'une abonnée, le commercial met fin à la discussion.

Au sein des établissements *Curves*, les négociations d'entretien se passent sans encombre, nul doute que l'évocation de mon expérience de stagiaire au sein d'une structure de la région joue en ma faveur à différents niveaux. En effet, on me demande de « passer le bonjour », « des nouvelles » de certains encadrant.e.s et/ou gérant.e.s, on me parle des salles faisant preuve de réussite en termes de nombre d'abonnées ou d'entraînements réalisés à la journée, etc. Cette familiarité du terrain constitue une source informationnelle non négligeable (Thiault, 2009) d'autant qu'« il ne s'agissait plus seulement 'de faire décrire, mais de faire parler sur' » pour tenter d'accéder aux « systèmes de représentations (pensées construites) et (...) pratiques sociales (faits expérimentés) » des gérant.e.s et encadrant.e.s⁹⁷ ; les observations ayant déjà permis de « contextualiser précisément le cadre de pratique » (Blanchet et Gotman, 2007, 23-25). Mon statut d'étudiante semble passer au second plan, je suis encore une fois traitée comme l'une des leurs et apparaît donc inoffensive. En laissant les enquêté.e.s me considérer comme il.elle.s souhaitent le faire et non pas comme il.elle.s devraient le faire, j'espère ainsi accéder à un discours moins convenu, autrement dit dépasser le discours commercial de ces professionnel.le.s, éviter les agissements calculés par le recours à « un langage uniquement destiné à produire le type d'impression qui est de nature à provoquer la réponse recherchée » (Goffman, 1973, 15). Il ne fait cependant aucun doute que ces dernier.e.s disposent d'un pouvoir de contrôle sur ce qu'il.elle.s consentent ou non de révéler (Béliard et Eideliman, 2008) mais également sur ce qu'il.elle.s sont en droit de communiquer. En effet, leur appartenance à un

⁹⁶ Ces propos font néanmoins échos à ceux tenus par la gérante de l'établissement qui m'a déjà fait part des difficultés rencontrées pour gérer un tel établissement.

⁹⁷ Les grilles d'entretien construites pour l'interview des gérant.e.s et encadrant.e.s apparaissent respectivement à l'Annexe 4 et 5.

réseau franchisé contraignent les enquêté.e.s à respecter un certain nombre de règles et d'honorer les clauses de confidentialité figurant dans leur contrat de travail⁹⁸. Il me paraissait donc essentiel de prendre les précautions nécessaires pour les préserver professionnellement (Dargère, 2012), en procédant à l'anonymisation⁹⁹ de chacun d'eux (*cf. Annexe 6*). Cette garantie constitue un engagement. Ces garanties d'anonymat constituent un engagement, « viennent s'intégrer à un pacte » (Béliard et Eideliman, 2008, 131) et apparaissent comme une condition *sine qua non* à la prise de parole des membres de ces organisations. Cet engagement s'avère également facilitant pour la chercheuse car elle instaure « une distance entre la parole enregistrée et le locuteur, qui, ainsi, en est d'une certaine façon dépossédé » conférant ainsi « un sentiment de plus grande liberté au chercheur, mieux à même de cette façon de poursuivre ses analyses sans se soucier des relations qui ont pu être établies » (Pinçon et Pinçon-Charlot, 1991, 133). Malgré toutes ces précautions prises, la méfiance a tout de même été de rigueur s'agissant d'un établissement *Curves*, qui a contacté mon ancien tuteur de stage ainsi que d'autres franchisés de la région¹⁰⁰ pour vérifier mes dires. Je prends ainsi conscience que « les informations sur l'enquêteur finissent par circuler et être comparées et recoupées les unes aux autres. Sa réputation le précède et le suit » (Cefaï, 2002, 131). Pour éviter que ma crédibilité ne soit mise en doute, j'adopte un discours homogène face à chaque enquêté.e. Si l'évocation de mon expérience de stagiaire au sein de l'institution m'a ouvert les portes de chacune des salles *Curves* de la région, force est de constater que le statut d'indigène, qui m'est conféré, comporte quelques inconvénients. Plus question de feindre l'ignorance quant aux concepts, stratégies commerciales, ou fonctionnement au quotidien, je décide donc de les interroger sur leurs propres manières de faire en tant que professionnel.le (qu'il.elle soit chef d'entreprise, commerciaux.les ou encadrant.e.s) en m'appuyant sur ma connaissance de l'organisation, de leurs pratiques, de leur jargon. En faisant varier ma posture sur mon terrain d'enquête, je dois continuellement m'adapter, suivre le discours de mes interviewé.e.s et accepter de dépasser la grille d'entretien préalablement construite.

⁹⁸ Dans le cas présent, il s'agit des encadrant.e.s qui sont salariés de chaque entreprise. Je n'ai pas connaissance de ce type de clauses s'agissant des gérant.e.s mais ne peux garantir leur inexistence.

⁹⁹ J'ai procédé à la modification de certaines de leurs caractéristiques telle que leur identité (nom et prénom), privilégiant l'utilisation d'un pseudonyme ; l'implantation géographique de la structure dans laquelle il.elle.s travaillent est passée sous silence.

¹⁰⁰ Plusieurs professionnel.le.s y ont fait allusion lors de mes visites.

2. Endosser un nouveau rôle : quand la doctorante devient cliente

2.1. Enquêter en libre-service

Parallèlement à la conduite de ces entretiens, les observations participantes¹⁰¹ se poursuivent dans trois établissements indépendants *Fitness Pass*, *Fitness Sun* et *Bodyfit Club*, qui se distinguent des propositions de services déjà observées au sein de la franchise *Curves*¹⁰². En menant de front ces deux méthodes, j'espère être plus à même de « résister aux constructions discursives des acteurs sur leurs pratiques [et m']assurer de la réalité de ces pratiques » (Arborio et Fournier, 2003, 6). Autrement dit, si la vigilance doit être de mise sur le terrain, une présence prolongée parmi les enquêtés.e.s peut s'avérer décisive pour démêler le vrai du faux mais aussi pour recueillir « des matériaux impossibles à obtenir autrement » (Nuytens, 2014, 65).

Pour investir ces lieux de pratique, sans me révéler en tant que chercheuse, je me glisse dans un nouveau rôle, celui de cliente en m'affranchissant de tarifs à la séance¹⁰³, voire d'un abonnement mensuel. Ma carte d'accès en main, je me dirige vers le vestiaire même s'il ne relève pas d'un passage obligé, supposant qu'il pouvait constituer un espace de sociabilité à part entière. Cette hypothèse est survenue lors de précédentes observations, menées au sein d'un centre *Curves*, au cours desquelles j'ai surpris des conversations personnelles¹⁰⁴ qui n'avaient pas été entendues dans l'espace de pratique. Je profite de cette occasion pour revêtir une tenue de circonstance. Là encore, le recours à la méthode inductive a été précieux. En effet, si je m'étais contentée de la littérature existante, qui décrit les codes vestimentaires attendus dans les espaces de remise en forme mixtes (Pagès-Delon, 1989 ; Meidani, 2007 ; Haissat et Travaillet, 2012 ; Jarthon, 2012), j'aurais adopté une tenue prêt du corps, colorée, mettant en valeur les attributs du corps féminin pour me fondre dans le décor, d'autant qu'en présentant un corps jeune, mince et marqué par la pratique sportive, je répondais aux normes du milieu. Pourtant, ces efforts auraient été vains tant les pratiques vestimentaires observées au sein des salles démixées diffèrent. Je m'appuie donc sur mes expériences de terrain passées et choisis d'adopter des vêtements foncés et amples qui caractérisaient ceux portés majoritairement par

¹⁰¹ Entre septembre 2014 et février 2015, une cinquantaine d'heures d'observation ont ainsi été réalisées.

¹⁰² Appartenant à un réseau franchisé, tous les centres *Curves* doivent adopter un fonctionnement et des propositions de services identiques. Ayant déjà fait l'objet d'observations, ils ont été provisoirement écartés au profit des salles indépendantes.

¹⁰³ Les salles réservées aux femmes proposant des tarifs à la séance ou des abonnements de courte durée sont rares dans la région.

¹⁰⁴ Il s'agissait notamment de la perte d'un conjoint, du décès d'un enfant.

les femmes abonnées chez *Curves*. Après quelques échanges de politesse avec les clientes présentes, le temps de la mise en mouvement est venu. Il me faut définir le poste d'observation idéal, autrement dit celui qui me permet de bénéficier d'un angle de vue suffisamment ouvert sur les différents espaces pour être témoin des comportements sociaux de chacune sur leur lieu de pratique (Peretz, 1998). Cependant, situation inédite pour moi, la prise de notes traditionnelle (sur papier ou sur ordinateur) est proscrite, elle pourrait étonner, déranger et à terme dévoiler le statut d'observatrice. Au contraire, il me faut adopter le comportement de n'importe quelle cliente exerçant une pratique d'entretien corporel. Je tente dans un premier temps de mémoriser chacun des éléments observés, les récitant silencieusement durant tout le temps de ma visite. Pour ce faire, je mobilise le prénom de la pratiquante, quand celui-ci est mentionné, ou un élément qui la distingue des autres et je lui associe tout ce qui la concerne : description de sa tenue vestimentaire, les appareils utilisés au cours de sa séance, le temps qu'elle consacre à la pratique, les éventuels échanges avec d'autres femmes et/ou membres du personnel, etc. Je constate ainsi que nombre de femmes utilisent leur téléphone portable de manière répétée, au sein de ces structures indépendantes, comme moyen de communiquer avec l'extérieur et/ou comme support musical. Ce détail, surprenant tant cet objet s'avérait absent des salles *Curves*, me permet d'adopter une pratique mimétique sans que nulle ne s'en offusque. Mon téléphone s'improvise dès lors comme journal de terrain¹⁰⁵. Les impondérables de la mémorisation étant levés, je décide de prolonger la durée de chacune de mes immersions sur le terrain. Seule ma condition physique pouvait alors demeurer limitante, mais compte tenu de mon cursus de formation initiale en STAPS et du capital sportif acquis au cours des années, elle s'avère suffisante pour observer plusieurs heures durant. Nul doute cependant que le choix des appareils utilisés a été déterminant en ce sens. En effet, comme le précisait Alexis Trémoulinas (2007, 116) lorsqu'il a enquêté sur la pratique du football auto-organisée, « *une participation [sportive] trop intensive (...) peut conduire à une perte de lucidité, préjudiciable à l'observateur quand il s'agit de mobiliser son attention* ». De fait, le matériel dédié à la musculation a été rapidement écarté, cette activité représentant un effort inhabituel pour moi et coûteux énergétiquement parlant, il risquait de perturber l'observation et sa durée ; d'autre part, cette activité apparaît incompatible avec la prise de notes¹⁰⁶ tout comme la pratique sur *circuit-training*. Afin de me garantir une liberté de mouvements maximale, notamment manuelle, et des temps d'observation

¹⁰⁵ Afin de consigner le plus d'informations possibles sur le vif, l'utilisation d'abréviations s'est avérée utile. Il convenait cependant de les gommer et d'ajouter les éléments de ponctuation parfois absents de la prise de notes. De plus, une mise en forme systématique sur ordinateur a été nécessaire après chaque période d'observation.

¹⁰⁶ Sauf si j'envisage exclusivement un travail des membres inférieurs, ce qui n'est pas une pratique courante en musculation et donc susceptible d'attirer l'attention au sein de la salle dotée de ce type d'équipements.

relativement longs, je privilégie les efforts cardiovasculaires et d'endurance¹⁰⁷ sur tapis de course et vélo elliptique à chacune de mes visites et ce, pendant plusieurs semaines. Ces nouvelles observations participantes m'ont permis de me familiariser avec les adhérentes de ces espaces de remise en forme démixés, en m'intégrant dans leur quotidien sportif, en regardant les manières de faire et d'être (De Sardan, 2003, 425), et elles ont également contribué à dépasser certaines pistes exploratoires.

Les jours se succèdent et se ressemblent de plus en plus, laissant place à une certaine frustration (Dargère, 2012) tant les femmes sont peu nombreuses à venir pratiquer au sein de ces établissements en-dehors des créneaux du midi et du soir¹⁰⁸, tant les situations observées se répètent, tant les matériaux récoltés s'amenuisent à chaque visite. Constatant que « *la productivité des observations (...) décroît significativement, (...) que plus rien de significatif* » (De Sardan, 2003, 439-440) n'est consigné dans mon carnet de bord, il semble que la saturation du terrain soit atteinte s'agissant de ces trois établissements, m'amenant à ne renouveler ni mon abonnement ni mes paiements à la séance et à envisager une sortie du terrain, pour un temps du moins.

2.2. Enquêter sous contrôle : une expérience singulière au sein des centres *Curves*

Une année s'est écoulée depuis mon dernier entretien, depuis mes dernières observations, un laps de temps nécessaire pour « *prendre de la distance par rapport à mon expérience afin de stimuler une attitude critique vis-à-vis d'elle* » (Perera, 2017, 185) ainsi que de mes enquêtés.e.s. Une prise de recul également salvatrice pour analyser plus en détails les quarante-trois entretiens, réalisés avec les gérant.e.s et encadrant.e.s des salles de remise en forme réservées aux femmes de la région, ainsi que plus de trois cents heures d'observations et envisager la réalisation d'un autre volet de la thèse : m'entretenir avec les clientes. Restée à distance des acteur.rice.s et espaces enquêtés, j'espère pouvoir gagner le terrain comme simple abonnée et ainsi me distinguer des membres du personnel travaillant chez *Curves* auxquels j'ai été assimilée les années précédentes. De fait, je décide d'écarter les établissements au sein desquels j'ai passé le plus de temps au cours de mes premières années de recherche ainsi que ceux dans lesquels je me suis rendue récemment pour mener des entretiens avec les gérant.e.s et/ou encadrant.e.s. Les salles appartenant au réseau franchisé *Curves* étant nombreuses dans la

¹⁰⁷ J'ai notamment développé ces compétences physiques en tant que coureuse de demi-fond et de fond.

¹⁰⁸ Ces créneaux ont déjà fait l'objet d'observations spécifiques et les femmes s'y rendant sont très majoritairement les mêmes d'un jour à l'autre. Il convenait donc de les étendre à d'autres moments de la journée.

région, je pouvais me permettre ces évictions temporaires. Une structure rassemblait mes critères non loin de mon domicile¹⁰⁹, le rendez-vous est donc fixé le 3 mai 2017 pour l'inscription. Familière de cette procédure, j'ai identifié les éléments pouvant compromettre ma couverture et préparé mes réponses en conséquence.

Le jour J, je choisis une tenue vestimentaire destinée à la pratique d'une activité physique et conforme à celle déjà observée dans d'autres centres unisexes, puis je me rends sur les lieux. Une fois passée la porte d'entrée, je suis immédiatement accueillie par un « *Bonjour, bienvenue chez Curves. Vous aviez rendez-vous ? Ah oui, Chloé vous attend* » de la gérante présente derrière le comptoir faisant office d'espace commercial et d'accueil. Chloé, une des deux encadrantes, me prend immédiatement en charge, m'invitant à m'installer autour d'une table. Elle m'explique brièvement le déroulement du rendez-vous avant que je renseigne mes informations personnelles¹¹⁰, nécessaires pour compléter le dossier d'inscription. Ne souhaitant pas révéler mon emploi d'enseignante contractuelle au STAPS de Lille, de crainte que l'on s'informe à mon sujet¹¹¹, je précise simplement être étudiante. Ce statut étonne au vu de mon âge¹¹², des précisions me sont donc demandées à plusieurs reprises, m'invitant à dévoiler mon doctorat en sociologie du sport et mon intérêt pour « *les femmes et le sport* ». Une formule suffisamment évasive, je l'espère, pour ne pas dévoiler mes véritables intentions. Passées ces formalités, Chloé m'interroge sur mes attentes : « *Alors, ça serait quoi vos objectifs ?* ». Compte tenu de mon apparence physique et de mon rapport taille/poids - je mesure un mètre soixante pour un peu moins de quarante-cinq kilos et présente un Indice de Masse Corporelle¹¹³ de 17.58 kg/m², ce qui selon la classification de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) renvoie à la maigreur - invoquer la perte de poids dans ce contexte semble peu crédible et/ou synonyme de dangerosité pour ma santé. J'écarte donc cette idée, affichant plutôt la volonté de reprendre une pratique physique régulière couplée à une légère diminution de ma masse grasseuse. L'encadrante me propose alors : « *ce qu'on peut faire, si vous le voulez, c'est*

¹⁰⁹ Afin de pouvoir me rendre quotidiennement ou presque sur mon terrain, je devais choisir une salle relativement proche de mon domicile, d'autant que la durée de pratique est restreinte à seulement trente minutes.

¹¹⁰ Il s'agit de renseigner les informations relatives à mon état civil, celles permettant de me joindre, auxquelles s'ajoute la personne à contacter en cas d'urgence.

¹¹¹ Les encadrantes sont toutes deux passées par cet établissement pour réaliser leur parcours de formation et entretiennent toujours des liens avec plusieurs enseignant.e.s en proposant notamment des mises en stage aux étudiant.e.s. Parmi ces dernier.e.s, certain.e.s ont assisté à mes cours portant sur les centres de remise en forme, dont une partie est entièrement consacrée aux salles de fitness réservées aux femmes.

¹¹² Je suppose que c'est ce critère qui a éveillé la curiosité de mon interlocutrice, cette dernière reprenant son formulaire et me demandant confirmation « *27 ans, étudiante* » (Chloé, encadrante, 28 ans) avant de poursuivre plus en détails.

¹¹³ La formule permettant de calculer l'IMC consiste à diviser le poids par la taille au carré. Cela fera l'objet d'un développement au cours des prochains chapitres.

prendre vos mensurations et faire le programme par la suite », autrement dit, définir un objectif chiffré sur une période donnée. Chloé mesure ainsi ma taille ; contrôle les chiffres affichés sur la balance, mise à disposition par la structure ; se munit de son mètre pour définir mes tours de poitrine, de taille, d'abdomen, de hanches, de cuisses et de bras, calcule ensuite mon IMC et le pourcentage de masse grasse présent dans mon corps. Autant d'informations qui sont consignées dans mon dossier et qui seront reportées informatiquement pour, d'après Chloé, assurer mon suivi tout au long de mon abonnement. Entre deux consignes, « *il faut faire un quart de tour sur la droite* », « *un quart de tour sur la gauche* », « *levez le bras, descendez-le* », « *penchez-vous sur la droite, la gauche* », Chloé oriente la discussion sur le travail de thèse mené, son avancée, la manière dont je traite le sujet, les pratiques sportives concernées, etc. Son insistance m'inquiète, d'autant que c'est la deuxième fois qu'elle me relance en moins de quinze minutes, je me contente là encore de donner le change sans entrer dans les détails. Le doute m'envahit peu à peu. Mon interlocutrice a-t-elle des soupçons ? Se souvient-elle de ma venue trois ans plus tôt ? Mes réponses m'ont-elles trahie ? Elle poursuit néanmoins la prise de mensurations en me demandant : « *les femmes inscrites chez Curves peuvent rentrer dans votre étude parce qu'ici c'est cardio, c'est assez complet ? Donc, si vous voulez faire passer des questionnaires, des choses comme ça... En plus, c'est que des femmes et y a beaucoup d'adhérentes* ». En préparant ce rendez-vous, j'avais envisagé différents scénarii, mais celui-là n'en faisait pas partie. Je réalise alors que Chloé m'offre un terrain totalement ouvert, nul besoin de feindre la surprise tant celle-ci est réelle face à la proposition qui m'est faite. Les mesures terminées, elle reprend avec moi chacun des éléments présentés ci-dessous.

Tableau 1

Mesures personnelles

	03/05/17
Poitrine	77 cm
Taille	59 cm
Abdomen	74,5 cm
Hanches	87,5 cm
Cuisses	48,5 cm
Bras	23 cm
Poids	45,6 kg ¹¹⁴
% Graisse	17,2%
IMC	17,8%

¹¹⁴ Le poids comme l'IMC sont faussés puisqu'ils incluent le poids des vêtements et chaussures portés ce jour-là. Si à ce stade cela tient du détail, il s'avère important à chacune des mesures mensuelles qui vont suivre.

Si cette « *mise en chiffres de soi* » (Pharabod, Nikolski et Granjon, 2013, 99) ne relève pas totalement de l'inédit me concernant, elle demeure néanmoins un moment particulier qui n'est pas sans rappeler le relevé de notes délivré à l'issue de chaque semestre universitaire, m'amenant à imaginer les notes qui pourraient être attribuées à ce corps morcelé. M'arrachant à cette pensée, l'encadrante me présente trois tableaux nommés « tableau des mensurations », « interprétation de l'IMC » et « fourchette d'adiposité » dans lesquels mon corps va être catégorisé. Le premier montre que mes tours de poitrine, taille, abdomen, etc. correspondent aux fourchettes de valeurs les plus basses, renvoyant à la catégorie « taille 34/36 » ; le deuxième classe mon indice de masse corporelle dans la catégorie « maigreur » ; quand le dernier qualifie d'« excellent » mon pourcentage de masse grasse. Si les termes « taille 34/36 », « maigreur » et « excellent » ne sont à aucun moment prononcés au cours de cet entretien, je m'attends à un discours encourageant, à un programme d'entraînement peu contraignant. Cette naïveté est de courte durée puisque l'encadrante envisage une toute autre réalité : « *ce qu'on peut faire, c'est transformer deux kilos de masse grasse en volume musculaire, et affiner là où y a besoin. Affiner au niveau de la taille et de l'abdomen par exemple* » pour atteindre d'ici six mois « *un pourcentage d'adiposité¹¹⁵ de 12,5%* », soit cinq points de moins qu'actuellement. Cet objectif apparaît particulièrement ambitieux pour ne pas dire inatteignable sans un bouleversement conséquent de mes habitudes alimentaires et un véritable engagement par corps. Même si ce n'est pas dans des proportions similaires, je ne peux m'empêcher de me remémorer les mots choisis par Eric Perera (2017, 28-29) pour décrire la difficile épreuve physique qu'a été son immersion dans un groupe de *body-builders*, et ce, dès la première séance d'entraînement : « *exténué* », « *visage crispé* », « *véritable supplice* », « *épreuve violente* ». Si la pratique proposée au sein des centres *Curves* n'est en rien comparable avec celle expérimentée par l'auteur, dans le sens où il n'y a pas de matériel de musculation, ni de charges sur les appareils, l'objectif qui m'est fixée implique cependant, comme lui, une augmentation importante du nombre d'heures consacré au sport associée à un régime alimentaire contraignant. Si m'astreindre à une activité physique intensive n'est pas pour me déplaire, je suis néanmoins fermement opposée à l'idée de modifier mon alimentation à des fins esthétiques. Ce rejet catégorique n'est pas récent, il fait suite à un « combat¹¹⁶ » personnel mené, il y a plus de dix ans maintenant, contre des troubles du comportement alimentaire. En quête de satisfaction ou peut-être de perfection corporelle, la limite me semblait floue à l'époque, j'ai volontairement restreint mon apport calorique journalier. Je me suis néanmoins heurtée à mon environnement

¹¹⁵ Autrement dit, la masse grasseuse présente dans l'organisme et rapportée à la masse totale.

¹¹⁶ C'est ainsi que je percevais les choses lorsque j'ai entamé le processus de « guérison ».

amical et familial, qui privilégiait davantage les aliments gras et sucrés. Peu à peu, j'ai adopté une alimentation faite de « compensations et de rééquilibrages¹¹⁷ » permanents jusqu'à jeûner dès que l'occasion m'en était donnée, autrement dit à chaque fois que j'étais seule. Au fil des semaines, des mois, les stratégies mises en place pour y parvenir sont devenues une gymnastique bien rodée et sans m'en rendre compte, je glissais vers des pratiques anorexiques. Le temps a eu raison de ces privations, de ces compensations et la frustration de plusieurs mois s'est traduite par des crises boulimiques accompagnées après coup d'un sentiment de « contrôle retrouvé » à travers les vomissements. Tout se passait à l'abri des regards familiers comme étrangers, enfermée seule dans cet engrenage que j'avais moi-même initié. En sortir a été difficile car chaque jour je devais y faire face : tout d'abord au moment des repas, à raison de deux à trois fois par jour ; ensuite sur la balance, qui affichait les dix kilogrammes pris en seulement trois semaines ; face au miroir qui me renvoyait l'image d'un corps qui m'était inconnu et méconnaissable ; au moment de constater qu'aucun tee-shirt, pull, jean ne pouvait être porté, deux tailles me séparant désormais d'eux ; enfin quand je devais affronter le regard et les questions des autres. Cette expérience vécue a considérablement changé mon rapport au corps et la manière d'appréhender les remarques et jugements portés sur mon apparence physique, même s'ils sont toujours de rigueur dans le cadre familial, professionnel ou encore médical. Au sein des premiers, l'association entre minceur et régime hypocalorique est systématique. Chacun y va de son commentaire, persuadé qu'un tel poids ne peut être maintenu sans un contrôle alimentaire strict et que cela peut nuire à ma santé. Si ces propos se retrouvent parfois chez les professionnels de santé lorsqu'ils découvrent mon poids ou mon IMC, le doute est rapidement levé à la lecture de mes résultats sanguins. S'agissant des personnels médicaux exerçant un suivi régulier (médecin de famille, médecin traitant), il a disparu au fil des années compte tenu de la constance dont je fais preuve d'un point de vue pondéral ou de pourcentage de masse grasse, etc. Pour autant, envisager une perte de poids irait à l'encontre des critères de santé et paraît donc inenvisageable.

La prise en charge individualisée se poursuit par une partie informationnelle relative aux caractéristiques du concept *Curves*, aux informations d'ordre pratique (jours, horaires d'ouverture, accès aux vestiaires et aux casiers) et se termine par une séance d'essai sur le *circuit-training*. Une mise en mouvement sous le contrôle de Chloé, qui prend soin d'expliquer chaque machine, sa prise en main, la position à adopter sur chacune d'elle, son utilité et les muscles sollicités. Deux tours de circuit plus tard, soit vingt postes de travail, je suis invitée à

¹¹⁷ Après un repas jugé hypercalorique, je prenais plusieurs repas hypocaloriques ou renonçais à plusieurs d'entre eux.

m'étirer sur l'appareil dédié à cet effet, selon la même logique, tout en livrant mes impressions sur cette première expérience. Le contrat d'engagement signé et mes cinq prochaines visites planifiées, je suis officiellement une « *Curvette*¹¹⁸ » pour les six prochains mois. Les portes de l'établissement se refermant derrière moi, il me tarde de coucher sur le papier le déroulement de cette première visite en tant que cliente *Curves*, dans ma voiture, « *ma base de repli* » afin de restituer « *avec toute leur fraîcheur des ambiances, des impressions ou des émotions* » (Cefai, 2003, 594). Consciente que ce type d'évènement est rare sur mon terrain, je m'efforce une heure durant de consigner le maximum de détails de cette expérience participante. A cette occasion, je prends conscience du bilan corporel dressé par l'encadrante qui m'encourage à « affiner », « transformer », « diminuer ». Des termes qui résonnent étrangement en moi, d'autant qu'accepter mon apparence physique n'a pas toujours été chose aisée. Cela n'entame en rien mon enthousiasme puisque dès le lendemain, mes observations reprennent. Cette fois, je suis accueillie nommément par la gérante, postée à l'accueil, « *Bonjour Cindy. Comment ça va ?* » qui profite de ce moment pour me demander si « *on peut se tutoyer ? Enfin, sauf si cela te gêne ?* ». Le cahier des charges imposé par la franchise¹¹⁹, semble suivi à la lettre. Prenant la direction des vestiaires, je constate que ces derniers sont vides, me laissant libre de consigner quelques notes sur mon téléphone et de prendre des photographies avant d'accéder à l'espace de pratique. Trente minutes d'effort s'en suivent pendant lesquelles je tente de me remémorer les positions à adopter sur chaque appareil. Les oublis sont nombreux depuis la veille, impliquant une abondance de conseils et de corrections prodiguée par l'encadrant qui m'accompagne pour cette deuxième séance : « *les coudes rapprochés, voilà* », « *on relève et donc vous redescendez jusqu'au nombril à peu près. Voilà, et on regarde bien devant, voilà* », « *et vous soufflez bien quand vous poussez* », etc. Contrairement aux autres membres du personnel, toutes des femmes, ce dernier me vouvoie, j'opte donc pour une pratique mimétique ne sachant pas si cela tient à une exigence de la gérante, du fait que ce soit un homme parmi les femmes, du fait que ce soit un encadrant recruté pour une courte durée, que je sois fraîchement arrivée ou si c'est une posture volontairement choisi par l'encadrant lui-même¹²⁰. Parallèlement aux conseils énoncés, la discussion s'oriente sur la formation en STAPS et des précisions sur les parcours, les modalités d'évaluation au fil des années ainsi que l'insertion professionnelle,

¹¹⁸ Surnom donné aux adhérentes des établissements franchisés *Curves*.

¹¹⁹ C'est un document auquel j'ai déjà eu accès dans d'autres établissements.

¹²⁰ Le vouvoiement n'a été que provisoire et s'est avéré être une précaution prise par l'encadrant lui-même récemment recruté et ce pour une durée limitée.

etc. me sont demandées, constatant ainsi que les informations me concernant ont déjà circulé au sein de l'établissement.

La prise de notes étant inenvisageable dans ce cadre¹²¹, sous quelle que forme que ce soit, *mes sens [ont été mis] à l'épreuve, en stimulant ma capacité d'adaptation au groupe étudié et en m'apprenant à mémoriser des informations en temps réel* » (Perera, 2017, 184). Cependant, la prise en charge individualisée et les sollicitations constantes de l'encadrant interfèrent dans ce procédé, m'empêchant d'intégrer toutes les situations (non)verbales en train de se jouer sous mes yeux. Néanmoins, ma présence quasi quotidienne sur les lieux, synonyme d'une familiarisation avec l'espace, « *les rythmes, les langages, les acteurs, les activités, les interactions, les institutions* » (Cefaï, 2003, 523) estompe ces difficultés et laisse place à une grande liberté d'observation, m'amenant à déplacer mon attention sur les adhérentes elles-mêmes. Je constate ainsi quotidiennement une hétérogénéité de profil parmi les clientes : en termes d'âge ; de jeunes femmes pratiquent au côté de moins jeunes¹²² ; dans les poids et corpulences¹²³ : sont représentées des adhérentes en situation de minceur, de normalité, de surpoids ou encore d'obésité, pour reprendre les classifications de l'IMC ; toutes pratiquant de manière indifférenciée au sein de cet espace démixé. Des éléments visibles qui m'encouragent à en apprendre davantage sur ces femmes par le biais d'entretiens, allant de pair avec la révélation de mon statut d'apprentie-sociologue. Deux semaines seulement après mon inscription, cette idée apparaît prématurée d'autant que je peine à entrer en interactions avec les autres pratiquantes, en-dehors des simples formules de politesse. La disposition du *circuit-training* en cercle permet certes de se faire face, mais ne favorise pas les échanges, tout comme l'intensité de l'effort¹²⁴ et le volume sonore de la musique. Une fois encore, je me contente donc de réaliser ma séance en faisant « *en sorte de ne pas me singulariser et de me conformer aux normes du groupe* » (Perera, 2017, 38), pour ne pas éveiller la curiosité. Dans ce cadre précis, je suis donc « *condamné[e] à guetter les éléments de réponse des acteurs à des questions non*

¹²¹ Même si le téléphone portable n'est pas explicitement interdit, en tout cas cela ne fait l'objet d'aucun affichage ni d'aucune recommandation, il est totalement invisible au sein de l'espace de pratique et ne réapparaît qu'une fois la séance terminée voire le seuil de la porte franchi.

¹²² Au sein de l'établissement, l'adhérente la plus jeune n'est âgée que de quatorze ans, quand la plus ancienne a déjà fêté ses soixante-douze ans.

¹²³ Ces données morphologiques sont estimées visuellement. Pour les caractériser, je m'appuie sur les nombreuses situations de mensurations auxquelles j'ai pu assister au cours de mon stage de commercial. Ces informations chiffrées faisaient ensuite et de manière systématique l'objet d'une catégorisation.

¹²⁴ Et ce constat est mis en mots par Nadine (52 ans, professeure des écoles) au cours d'un entretien : « *moi j'arriverai pas à parler avec ce que je fais. Bon, je vais pas vous dire que je fais des choses extraordinaires hein, mais heu bon, je fais des efforts, donc j'aurais du mal à tenir une conversation en même temps* » ou encore Paula (63 ans, retraitée) : « *ici [sur le circuit] t'as pas tellement le temps. Tu parles pas, à part bonjour, au revoir, il faut vraiment euh... [fait signe qu'il faut donner de l'intensité]* ».

posées par l'observateur, au hasard des sujets de conversation lancés par les uns et par les autres » (Arborio et Fournier, 2003, 38), mais aussi et surtout ici au hasard des éléments produits corporellement (cf. Encadrés 2 et 3).

Encadré 2

Observations du vendredi 12 mai 2017

Ce matin-là, c'est assez bruyant dans la salle à mon arrivée. Il faut dire que les discussions sont variées aujourd'hui. Les pratiquantes échangent sur les vêtements d'une d'entre elles, énumèrent leurs préférences en termes de magasins de prêt à porter ainsi que leurs goûts du moment (couleurs, longueur, forme, accessoires, etc.). Il est également question de l'alimentation au quotidien et notamment des « écarts » qu'elles peuvent faire : les bières, les sandwiches, et les répercussions sur le poids de certaines alors que d'autres n'en ont aucune. Odette, une des adhérentes présente ce matin fait partie de ces dernières. Malgré les écarts, pour reprendre le terme employé par les clientes, elle continue à perdre du poids. Ce qui lui vaut une remarque de Paula, qu'on entend crier à travers la salle : « *il faut arrêter Odette, c'est plus possible. Elle nous les donne en fait* ». Les rires éclatent et les discussions se poursuivent malgré l'effort. L'ambiance est agréable, le bruit continue, les rires rythment la séance et permet d'oublier l'effort réalisé.

Encadré 3

Observations du mercredi 12 juillet 2017

La séance semble affectée chaque femme présente sur le circuit, il n'y a qu'à lever la tête pour faire face à un visage marqué par l'effort : elles froncent les sourcils, serrent les dents, les joues se rougissent, la sueur se fait de plus en plus sentir et visible. Célia, l'encadrante, encourage continuellement les adhérentes afin qu'elles mettent plus d'intensité : « *allez les filles, on y va. Nickel. Allez hop, hop, hop, on y va. Voilà, on continue* », elle donne le rythme « *un, deux, un deux, allez, descendez bien. C'est bien* ». Et là encore, aucune femme ne parle sur le circuit.

2.3. Se prêter au bilan de forme : l'heure des premiers résultats

Quelques jours plus tard, un nouvel affichage apparaît dans la rubrique « événements », il est question de « *mesurer [n]otre progression !* ». Cette annonce (cf. Photographie 1), agrémentée

d'une image représentant une balance dont la « taille » est ceinturée par un mètre, informe des dates retenues pour effectuer le « *suivi personnalisé* » mensuel.

Photographie 1

Annonce des mesures mensuelles par voie d'affichage¹²⁵ au sein du centre



Source : Photographie prise par Louchet, C.

Ce dernier consiste en la prise des mesures suivantes : poids en kilogrammes, mesures en centimètres des tours de poitrine, de taille, d'abdomen, de hanches, de cuisses et pourcentage d'adiposité. Après quatorze séances au sein de l'établissement, l'heure du bilan a sonné. Une fois délestée des vêtements amples superflus, l'examen sur fond de mesures, décrit dans l'Encadré 4 ci-après, peut débuter.

Encadré 4

Observations du jeudi 1^{er} juin 2017

Caroline, la gérante, m'invite à me peser. Je m'exécute, la balance affiche « le verdict » : 45,3 kilos (habillée chaussures comprises). Cette donnée transmise, les conclusions ne se font pas attendre « *ça n'a pas trop bougé, tu as perdu 300 grammes. Mais toi, de toute façon ton objectif, c'est de raffermir, de gagner en masse musculaire¹²⁶* ». Les mesures se poursuivent à la manière de celles vécues un mois plus tôt, et sont commentées au fur et à mesure par cette professionnelle : « *Alors, tu as perdu un centimètre de taille, d'abdomen, deux virgules cinq sur les hanches, un centimètre sur les cuisses. Donc bon, pour un premier mois avec une semaine d'interruption c'est vraiment pas mal. (...) La masse grasse, elle a vachement*

¹²⁵ Les différents tableaux d'affichage sont tous situés devant la machine prévue pour les étirements. L'utilisation de cet appareil est recommandée à toutes les femmes sans exception une fois leur séance sur le *circuit-training* terminée.

¹²⁶ Il s'agit des propos de la gérante qui effectue mes mesures ce jour-là.

baissé. Je vais la reprendre juste pour voir. T'as changé ton alimentation ? ». Je réponds par la négative. « Bah, tu as perdu un kilo de gras et t'as pris 700 grammes de muscles quand même. T'es à 15% de masse grasse, c'est déjà pas beaucoup. Tu en avais déjà pas beaucoup à la base, mais là... ».

Les termes employés par la gérante, « *vachement baissé* », « *c'est déjà pas beaucoup* », « *tu en avais déjà pas beaucoup à la base* », me laissent penser que c'est un bilan plutôt satisfaisant. Malgré les résultats obtenus, à l'issue du premier mois d'abonnement (à savoir la perte de six centimètres, de trois cent grammes et un pourcentage d'adiposité peu élevé), trois points de masse grasse me séparent encore de l'objectif fixé par l'encadrante le jour de mon inscription. Si ces nouvelles données chiffrées me rapprochent de ce dernier, il demeure à mes yeux hors d'atteinte et de fait incompréhensible, cette impression est d'autant plus renforcée que les discours de la gérante et de son employée divergent.

La « prise des mensurations » mensuelle semble être un moment particulier tant pour les membres du personnel que pour les clientes. Cela s'apprécie tout d'abord à travers le bouleversement de l'organisation. En effet, situation inédite depuis mon arrivée, tous les encadrant.e.s ainsi que la gérante sont présents pour l'occasion afin d'assurer à la fois les prestations de services habituelles (accueil et animation du *circuit-training*) et les mesures de chaque adhérente. Le caractère exceptionnel de cet « évènement » est également perceptible du côté des femmes venues réaliser leur séance. On lit sur les visages des unes la satisfaction, la déception pour d'autres ou encore l'indifférence ; un constat qui est infirmé par les discussions publiques ou plus confidentielles du jour, quasi exclusivement orientées sur les résultats obtenus. Les observations participantes répétées ont permis de mettre au jour des variations du quotidien, des pratiques jusqu'alors invisibles. Le temps des mesures passé, la routine reprend ses droits pour les membres du personnel comme pour les clientes. Me concernant, elle demeure de courte durée. En effet, le mois de juin 2017 étant particulièrement riche en manifestations scientifiques : trois congrès en trois semaines à Arras, Lyon puis Montpellier, la mise entre parenthèses du terrain s'est imposée. Connaissant les pratiques de l'établissement, qui consiste à appeler chaque adhérente absente depuis une dizaine de jours, j'explique à la gérante devoir m'absenter plusieurs jours pour cause de formation¹²⁷ mais que mon retour est prévu le lundi

¹²⁷ Le programme de ces Congrès étant mis en ligne, je craignais la réaction des professionnel.le.s de ce centre de remise en forme s'il.elle.s avaient connaissance des titres de chacune de mes communications. De plus, ces informations sont également disponibles sur mon *Curriculum Vitae*, facilement accessible sur internet. Il me semblait plus prudent de passer sous silence la réelle raison de mon absence.

26 juin. La fatigue des déplacements faisant, je décide de repousser mes observations au mardi après-midi, voire au mercredi, soit le 27 ou 28. Mais cela était sans compter sur les membres du personnel *Curves* qui dès le mardi matin me contactent par téléphone : « *Salut Cindy, c'est Célia de chez Curves, Comment vas-tu ? Ça a été tes formations ? (...) Tu es rentrée, ça y est ? (...) On te revoit cette après-midi alors ?* ». Après s'être assurée de mon retour à Lille, l'encadrante m'encourage donc, par cet appel, à reprendre mon activité d'entretien corporel au plus vite. La régularité dont j'ai fait preuve au cours du premier mois n'y a rien changé, je suis rappelée à l'ordre et renvoyée au non-respect de mes propres engagements, tel un flagrant délit de fainéantise. Cette situation m'a permis d'expérimenter par moi-même la procédure prévue par la franchise¹²⁸ concernant « *les adhérentes non-assidues* ». Pour justifier un tel suivi, *Curves* précise que « *la participation détermine le succès* » pour les clientes, qui pourront obtenir de « *meilleurs résultats* », mais aussi pour l'établissement pour qui la fréquence d'entraînements demeure étroitement liée au « *taux d'annulation* » d'abonnements. Mais cela ne transparait pas une fois dans la salle. Si l'envie de pratiquer n'était pas au rendez-vous, je finis par reprendre mon rôle de cliente mais surtout d'observatrice deux heures plus tard, curieuse de voir si cet appel allait avoir une incidence sur l'accueil qui me sera réservée. A peine, la porte franchie, l'encadrante s'approche avec le sourire et précise « *on se demandait quand tu allais revenir. Hier, on se disait : c'est bizarre, Cindy n'est pas venue depuis un moment, d'habitude elle vient tous les jours. Et Caroline nous a rappelées que tu étais en déplacement et qu'on allait sûrement te voir. Ne te voyant pas, ni hier ni ce matin, je me suis dit que j'allais t'appeler pour prendre de tes nouvelles* ». Les échanges ayant pris fin, je me dirige vers les vestiaires qui sont une fois encore inoccupés. Force est de constater qu'ils ne sont que très peu utilisés, les clientes préférant en majorité venir en tenue de pratique¹²⁹ et utiliser l'espace accueil ou commercial pour enfiler des chaussures propres. Finalement, comme l'a montré Hadrien Riffaut (2017), dans son étude sur une piscine parisienne, c'est bel et bien « *la zone de déchaussage* » qui constitue un lieu de sociabilité, qui invite aux conversations collectives. Afin d'y participer, j'abandonne dès le lendemain ma tenue de ville au profit d'une tenue sportive mais ne revêts mes baskets qu'une fois à l'intérieur de la salle, un moment propice pour observer tranquillement le *circuit-training* avant même d'y pénétrer et de participer aux échanges entre les clientes.

¹²⁸ Le manuel *Curves*, fournit à l'ensemble de ces franchisés, le précise en ces termes.

¹²⁹ Certains créneaux, comme ceux de la pause-déjeuner et de fin de journée, se distinguent sur ce point. En effet, il semble que les femmes venant pratiquer à ces heures soient majoritairement en activité professionnelle, elles prennent donc possession des vestiaires pour revêtir leur tenue de sport.

2.4. Assumer publiquement l'apprentie chercheuse que je suis

Ces petits moments en apparence anodins, participant de l'adaptation au monde social étudié, m'ont permis de trouver ma place (Peretz, 1998) et de révéler aux pratiquantes à la fois mon statut d'étudiante et le travail en train d'être mené. Le moment semble venu pour négocier mes premiers entretiens¹³⁰ avec ces dernières. Craignant que les adhérentes puissent en informer les membres du personnel et que cela ne complique ma présence sur le terrain, je choisis d'en aviser moi-même la gérante, qui accepte sans même prendre le temps de la réflexion. Des affichages sont alors disposés sur la porte d'entrée de l'établissement, ainsi que dans les vestiaires¹³¹, pour informer les clientes de l'étude en train d'être menée. Quelques jours plus tard, la responsable me questionne sur le nombre de réponses obtenues ainsi que sur le déroulement de mon entretien avec Noémie. L'occasion de vérifier que mes craintes étaient fondées, plusieurs clientes ayant déjà mentionné auprès des membres du personnel leur participation ou leur volonté de participer à ces interviews. La transparence dont j'ai fait preuve s'est avérée payante, d'autant que Caroline fait preuve d'une grande gentillesse en me proposant son aide « *pour trouver des adhérentes qui accepteraient de [m]e parler* » et notamment en publiant un message sur la page *Facebook* de la structure. Compte tenu du faible retour de la part des clientes des établissements *Curves*, la tentation de recourir à ce moyen de communication est grande. Elle l'est d'autant plus qu'elle étendrait la diffusion à l'ensemble des pratiquantes inscrites dans l'établissement et même au-delà. Si cette visibilité peut constituer une ressource d'entretiens conséquente et donc non négligeable, elle a néanmoins son pendant, celui d'attirer l'attention sur moi et mon travail. La franchise étant particulièrement frileuse à l'idée que l'on s'immisce dans son organisation, la publication d'un message public, non soumis à restriction, peut s'avérer risquée. Mon journal de bord (cf. Encadré 5) fait état de mes doutes suite à cette proposition de la gérante.

¹³⁰ Une grille d'entretien dédiée spécifiquement aux clientes des centres de remise en forme réservées aux femmes a été réalisée (cf. Annexe 7).

¹³¹ On pouvait y lire « *Bonjour, Adhérente à Curves (...) et étudiante en doctorat, je réalise une étude sur les femmes pratiquant une activité physique et sportive au sein des salles de remise en forme réservées aux femmes. Pour réaliser ce travail et décrire fidèlement votre manière de pratiquer, vos attentes, vos motivations, etc. j'aimerais en apprendre plus sur votre expérience, votre vécu en tant que pratiquante, que vous soyez inscrite depuis quelques jours ou plusieurs années. Votre nom et prénom ne vous seront jamais demandés, je tiens à garantir l'anonymat de toutes les personnes rencontrées dans le cadre de cette étude* ».

Encadré 5

Observations du mardi 11 juillet 2017

Je ne sais comment accueillir l'aide offerte par Caroline. D'un côté, je suis ravie de constater que l'institution me laisse libre de réaliser mon étude, même si elle n'en connaît pas tous les tenants et aboutissants, et de l'autre je demeure inquiète à l'idée de diffuser aussi largement ma recherche de « témoignages¹³² ». La franchise pourrait se renseigner sur mon objet de recherche, sur moi et compte tenu des informations disponibles sur *Internet* à mon sujet (titre de ma thèse, de mes communications, CV), elles apparaissent suffisantes pour me faire perdre mon terrain d'enquête, au sein de la franchise du moins. Et, les trois entretiens obtenus jusqu'alors avec des adhérentes *Curves* ne peuvent rendre compte de la pratique effective au sein de ces espaces démixés, des attentes des femmes, etc. Il me faut refuser cette proposition, sans froisser Caroline, la gérante, et poursuivre le travail de négociation.

La négociation des entretiens se poursuit de manière individuelle, plusieurs semaines durant, avant ou après chaque séance réalisée au sein de l'établissement. Juillet touchant à sa fin, je choisis, comme nombre d'adhérentes, de suspendre mes « entraînements » et comme elles, j'en avise les encadrant.e.s. Les vacances battant leur plein, la destination retenue pour l'été est au cœur de toutes les discussions. Restée discrète sur la question, Caroline¹³³ tente d'en apprendre plus sur mes projets. J'explique passer le mois d'août dans la région des Hauts-de-France auprès de ma famille, compte tenu de l'état de santé de mon père. Le ton léger n'est plus de mise, cette annonce prend de court la gérante, qui m'invite à m'épancher sur le sujet en m'interrogeant sur les causes et les conséquences au quotidien, etc. Ces précisions apportées, elle se dit « *stupéfaite de voir que beaucoup de personnes quand même ne peuvent pas profiter de leur retraite suite à des problèmes de santé* » et me souhaite bon courage. Les informations livrées ce jour-là n'ont visiblement pas échappé¹³⁴ aux membres du personnel puisque dès mon retour en septembre, des nouvelles de mon père me sont demandées. Par cet accueil personnalisé, je peux là encore apprécier l'importance accordée à l'humain, à la création et l'entretien du lien social entre les membres du personnel et les adhérentes au sein des centres de remise en forme réservés aux femmes. Cette parenthèse refermée, je me dirige dans la salle. Au vu du nombre de femmes présentes à l'accueil, cette « rentrée » coïncide avec la prise des mensurations mensuelles. Si le

¹³² Systématiquement employé par les membres du personnel comme par les clientes, ce terme apparaît inoffensif, raison pour laquelle je n'ai pas hésité à l'utiliser moi-même.

¹³³ La gérante de l'établissement.

¹³⁴ Je ne peux dire si cela tient à un effort de mémorisation de leur part ou si ces informations ont été consignées informatiquement dans mon dossier d'adhérente.

doute pouvait subsister, il se dissipe rapidement au fil de mes pas, des bribes de conversations entendues ici et là. Certaines clientes déplorent, chiffres à l'appui, que les « écarts » de l'été aient marqué leur corps ; d'autres se sont préparées à une éventuelle prise de poids, de centimètres et de masse grasse et précisent que « *ça risque de pas être génial*¹³⁵ ». Chloé, qui effectue les mesures ce soir-là, tente de les rassurer en précisant que « les écarts des vacances » associés à une absence d'activité sur le *circuit-training* se traduisent fréquemment par une prise de masse grasse et de centimètres mais que cela peut être compensé par l'assiduité des prochaines semaines. Les mesures s'enchaînent, mon tour est venu. Chloé consulte mes précédents résultats ainsi que l'objectif fixé le jour de l'inscription, constatant par la même le caractère ambitieux de ce dernier : « *j'ai été vache avec toi. 12,5% de masse grasse, j'ai vraiment été vache, j'avais complètement oublié. Si tu n'atteins pas cet objectif, ce n'est pas grave, il ne faut pas t'inquiéter* » m'assure-t-elle, avant de se saisir de son mètre. Si chaque mesure me vaut les compliments et félicitations de l'encadrante, elle ne manque pas de souligner l'élargissement d'un centimètre de mon tour de fessier. Cette précision apportée, c'est le pourcentage de masse grasse qui requiert son attention. L'écran affichant 12,7%, elle ne cache pas sa surprise et qualifie ces résultats d'« *impressionnants après seulement quarante séances* ». Voyant que je flirte avec l'objectif fixé quatre mois plus tôt, elle m'encourage à atteindre ce palier dès octobre tout en passant « *sous la barre des quarante-cinq kilos* », tenue de sport et chaussures comprises. Cette information s'avère inattendue d'autant que je n'ai jamais émis le souhait de perdre du poids, pire j'y suis fermement opposée même pour quelques centaines de grammes.

Ne souhaitant pas, comme l'avait fait Eric Perera (2017) lors de son observation participante dans le milieu du *bodybuilding*, mettre à l'épreuve mon intégrité physique¹³⁶, je décide dans un premier temps d'alléger ma tenue de pratique sans savoir si cela sera suffisant. De retour à mon domicile, chaque vêtement sportif en ma possession (brassière, tee-shirt, pantalon, chaussettes, chaussures, sous-vêtements) est pesé à l'aide d'une balance de cuisine afin que le grammage soit le plus précis possible. Après plusieurs tentatives, je trouve l'association idéale pour seulement sept cents grammes, une légèreté qui me permet de passer symboliquement sous le seuil des quarante-cinq kilogrammes avant que mon abonnement ne prenne fin. En agissant ainsi, le calcul de ma masse grasse risque d'être faussé et repartir à la hausse, ce qui

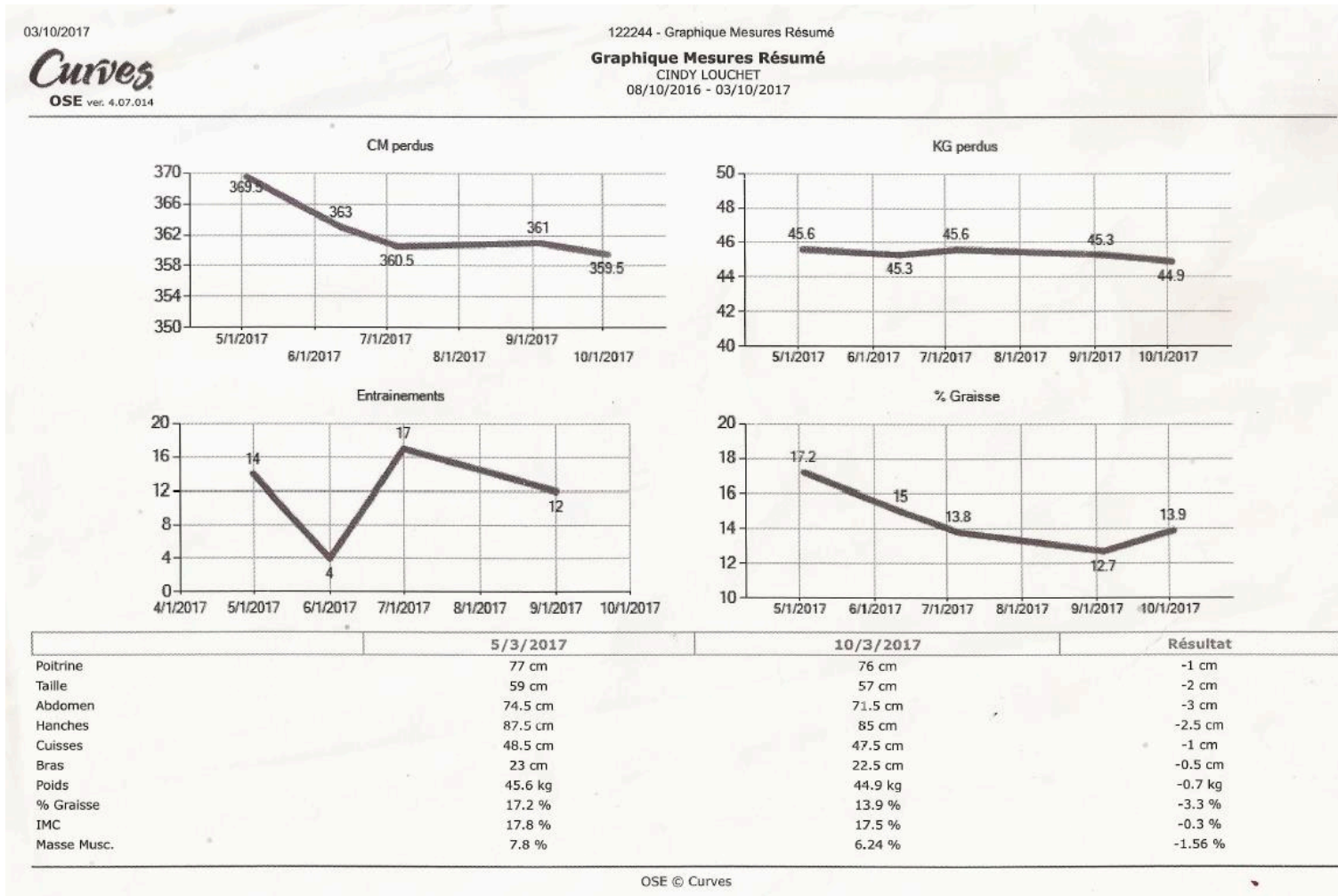
¹³⁵ Cette expression a été utilisée plusieurs fois ce soir-là, y compris par la femme effectuant ses mesures juste avant moi.

¹³⁶ Compte tenu de mon poids actuel, envisager une perte de poids peut s'avérer dangereuse pour ma santé. Pour cette raison, je me permets de reprendre cette expression.

m'éloignerait du premier objectif fixé. Approcher ce dernier m'ayant déjà valu une autre « prescription » de la part de Chloé, il semble intéressant à ce stade de me concentrer sur la perte de poids pour en mesurer les éventuels effets lors des prochaines mensurations d'octobre et de novembre. Chloé étant occupée avec d'autres adhérentes, c'est Célia, une autre encadrante, qui réalise mon bilan mensuel (cf. Photographie 2) et me fait part de ses conclusions : « *Ton poids est idéal. Oui, ton poids est idéal [je pèse ce jour-là quarante-quatre kilos et neuf cent grammes]. Tu as repris 0,5 centimètres de tour d'abdomen, mais t'inquiètes pas, c'est dérisoire. Tu as peut-être mangé plus copieux que le mois dernier. Tu as perdu 0,5 cm de tour de cuisse. Sinon le reste cela ne bouge pas c'est parfait* ».

Photographie 2

Evolution de mes résultats au cours des cinq derniers mois



Source : Résultats obtenus suite à mes observations participantes au sein d'un établissement *Curves*.

Cette implication par corps a constitué un formidable poste d'observation pour appréhender les conditions de pratique des clientes, leurs attitudes, leurs comportements, leurs relations aux autres, en somme « *une meilleure compréhension in vivo des discours et praxis mobilisés* » pour reprendre les termes de Véronique Muscianisi (2016, 68) dont le travail ethnographique portait sur une compagnie de mime contemporain. Un rapport spécifique au terrain qui m'a permis de saisir le processus d'apprentissage normatif auquel sont soumises les femmes inscrites au sein des centres de remise en forme *Curves* de la région des Hauts-de-France. A l'image de ce qu'a pu montrer Camille Couvry (2016, 180) dans l'univers des miss, cet apprentissage « *s'effectue par la répétition et les consignes verbales ainsi que par un mimétisme des postures attendues* ». Mais si l'observation participante a mis au jour ces pratiques quotidiennes, qui demeuraient invisibles jusqu'alors, et autorisé leur quantification (Trémoulinas, 2007), elle demeurait insuffisante pour comprendre le sens que les femmes donnaient à celles-ci. Le temps était venu de mener les entretiens avec les clientes. La prudence est néanmoins de rigueur dans le sens où j'entretiens une forme de proximité avec elles du fait que je suis moi-même une femme. Et comme elles, je suis soumise au regard évaluateur de la société ; comme elles, je dois composer avec les normes corporelles dominantes véhiculées par les médias, le corps médical ou encore les pouvoirs publics ; comme elles, je suis sommée de prendre en charge mon corps en vue de l'entretenir et de me rapprocher de ces corps inatteignables. Finalement, comme elles je suis soumise à une forme de domination que j'ai progressivement incorporée et ce, sans même m'en rendre compte. Mais à la différence de ces femmes, mon regard dispose d'un filtre supplémentaire celui de la sociologie, discipline qui m'a permis de nourrir mes connaissances sur ces questions, de les intellectualiser. A ce stade, je me sens prête à réaliser mes premiers entretiens avec les adhérentes des salles de fitness démixées.

2.5. Quand le corps est mis en mots

Solliciter les adhérentes des établissements de la forme pour la réalisation d'un entretien ne peut se faire qu'en révélant mon statut d'apprentie-chercheuse. Si je ne crains pas de progresser ainsi dans la majorité des salles, l'appréhension me gagne dans celles où j'ai souscrit un abonnement. Je m'interroge sur la manière dont la nouvelle va être accueillie par les clientes, elles pourraient « *se sentir trahies, trompées, utilisées, mises à nu, sous un aspect peu valorisant* » (Dargère, 2012, 23). Mais là encore, mes craintes se sont avérées infondées, car finalement comme Alexis Trémoulinas (2007) l'a montré en étudiant des rassemblements de joueurs de football dans des espaces publics, lever le masque ne constitue en rien un handicap,

mieux me concernant, il m'a permis de créer des liens au sein de la structure et a suscité la sympathie. Cela s'apprécie tout d'abord au cours de la négociation des entretiens, reçue avec enthousiasme par la plupart des femmes interpellées¹³⁷, à qui je rappelais une fille voire une petite fille en situation d'étude, ou avec lesquelles je partageais des caractéristiques communes en plus de la pratique d'entretien corporel : sexe, âge, statut d'étudiante ; puis cela s'est perpétué tout au long de la situation d'entretien. Parmi ces dernières, il semblerait que le fait d'être une femme parmi les femmes ait permis d'aborder des sujets que l'on pourrait qualifier d'intimes, entendu comme étant difficiles à aborder publiquement compte tenu de leur caractère gênant. Solange (44 ans, assistante maternelle), par exemple, revient au cours de l'entretien sur ses problèmes de fuites urinaires. Si l'expression même n'est jamais mentionnée, la description qui en est faite suffit à elle-même : « *c'est vrai que d'avoir perdu ma sangle abdominale, moi j'ai beaucoup de soucis, heu, (rires), féminins, on va dire (rires). (...) Arrivée à la quarantaine, on commence à éternuer une fois, deux fois, ça va, troisième fois ouhh ! Et quand on rigole, ou... C'était vraiment au début, c'était vraiment une gêne que j'avais. (...) je me vois pas demain d'aller vite, discrètos mettre une Thema Discret (rires)* ». Cet exemple, choisi parmi d'autres, témoigne « *d'une communication entre égaux dans laquelle les échanges se rapprochent de la forme de la conversation ordinaire* » (Demazière, 2007, 92), et qui tendent à montrer que je suis parvenue à réduire l'artificialité de la situation d'entretien (De Sardan, 2003).

Mais il est des moments où le rôle d'apprentie chercheuse se révèle délicat voire inconfortable. Il interroge. Jusqu'où le recueil de matériaux d'enquête peut-il, doit-il me mener ? Où se situe la limite de l'acceptable ? La transparence se doit-elle d'être la règle dominante, au-dessus de toute autre, y compris de la discrétion et du respect de l'intimité des enquêtés.e.s ? Ou au contraire, est-il possible de passer sous silence des faits, des situations, des mots ? Si toutes les femmes interrogées ont accepté la situation d'entretien, avaient-elles imaginer se dévoiler à ce point ? Ces interrogations qui émergent au fil des rencontres, des entretiens menés, peinent à trouver réponses. Certains ouvrages méthodologiques y font référence, mais ils sont peu nombreux et me laissent bien souvent seule face à ma propre capacité d'adaptation, de réaction. Comment s'en étonner quand on sait que chaque entretien est unique, chacun possédant une histoire qui lui est propre et la raconte avec ses mots, sa manière. En interrogeant les pratiques physiques, alimentaires, esthétiques, le rapport au corps des enquêtées (cf. Annexe 7), j'avais conscience d'entrer dans leur intimité mais j'étais loin d'en mesurer l'étendue. En effet, certaines femmes dépassent le cadre de l'étude et vont jusqu'à livrer des drames personnels, me

¹³⁷ Exception faite de celles qui ont refusé la situation d'entretien prétextant un manque de temps.

donnant le sentiment d'être une « *voleu[se] de vie, de récits, de secrets* » (Laé, 2003, 146). Lucia (52 ans, architecte libérale) revient sur son passé et sa tentative de suicide : « *à vingt-cinq ans, j'avais habité Bruxelles et j'ai été architecte. Et, pour d'autres raisons, j'ai fait une tentative de suicide et j'ai sauté du quatrième étage* » ; Janice (42 ans, sans emploi, en cours de création d'une entreprise) évoque « *sa vie compliquée, j'avais une petite fille handicapée en fait. Donc, j'avais plus trop le temps de m'occuper de moi* » et la perte de son enfant quelques années plus tard, après un long combat contre le handicap et la maladie ; Nadine (52 ans, professeure des écoles) fait allusion au suivi psychologique de son fils atteint de schizophrénie ; Lisa (51 ans, commerciale) évoque le cancer du sein de sa mère et ses craintes quant aux éventuelles rechutes mais aussi pour son propre corps, etc. Des moments auxquels ma formation de doctorante ne m'avait en rien préparé, je me sentais démunie. Ce n'était pourtant pas mes premiers entretiens mais jamais pareille situation ne s'était présentée avec les gérant.e.s et encadrant.e.s. Et force est de constater que l'adoption d'une « *posture d'écoute active* » (Demazière, 2007, 91) en de telles circonstances n'est pas chose aisée. A plusieurs reprises, je m'interroge sur l'attitude à adopter, sur les mots à prononcer, sur la manière de poursuivre l'entretien. J'étais à l'affût du moindre signe susceptible de m'indiquer la marche à suivre. L'évocation de ces fragments de vie m'ont longtemps été difficile, d'autant que la présence de ces paroles souffrantes a ensuite perduré tout au long de l'écoute, transcription, lecture et relecture, analyse du journal de terrain ainsi que lors des moments de restitution (Cercllet, 2014). Si j'entends certes que la tonalité de ma voix change, que le débit est moins rapide qu'à l'accoutumée, je constate surtout que les mots me manquaient, que l'évitement a primé sur le fait de faire face, me réfugiant derrière quelques « d'accord », « oui, je comprends » avant de reprendre l'entretien comme si ces sujets graves n'avaient jamais été évoqués. S'il s'agissait pour moi, à ces instants précis, de préserver l'intimité de mes enquêtées, une forme de culpabilisation s'installe quant à la réception de mes agissements, persuadée que ces femmes pouvaient le ressentir comme un manque d'humanité. Un entretien a d'ailleurs été mené comme aucun autre, celui réalisé avec Carla (27 ans, mère au foyer). Les larmes de cette dernière emplissent ses yeux dès l'évocation de son parcours personnel, de ses problèmes de santé, de son isolement social progressif suite aux jugements éprouvés quant à son apparence physique quand elle était en situation d'obésité et finissent par couler à l'évocation du décès brutal de sa mère biologique. Carla a rencontré toutes les difficultés pour verbaliser ces expériences douloureuses et cela m'a marquée, « *affectée* » pour reprendre l'expression employée par Jeanne Favret-Saada (2009). Dans ces circonstances, « *c'est surtout la relation à l'autre qui est éprouvante* » dans le sens où j'« *oscille entre deux statuts* » celui de chercheuse - qui m'invite

à poursuivre l'entretien pour recueillir des éléments qui peuvent être heuristiques en vue de comprendre le rapport qu'entretient cette femme avec son corps, son image, etc. - et celui d'une personne « *lambda* » - qui m'encourage à faire preuve d'empathie comme a pu le montrer Martin De La Soudière (1988) ou encore Estelle Masson et Valérie Haas (2010) en s'attachant tous deux à questionner les relations qui se jouent au cours d'un entretien. Mes mots tentent dès lors d'être réconfortants parfois même rassurants. Je suis sortie de cet entretien éprouvée psychologiquement, abattue et particulièrement mal à l'aise, consciente que j'avais ravivé, malgré moi, des blessures physiques et psychologiques. Ainsi comme l'expliquent Axel Guïoux et Evelyne Laserre (2016, 139) au cours de leur étude en milieu hospitalier sur les patients atteints d'une carcinose péritonéale, « *l'expérience même de son récit [m']a impliqué[e] dans un partage sensoriel du vécu pathologique et thérapeutique* », du vécu intime. Le temps passant et la prise de recul faisant, je prends conscience que s'intéresser au corps implique de « *travailler sur des questions sensibles - dans le sens d'une dimension humaine, où les situations étudiées renvoient à une souffrance sociale, morale, psychologique d'individus* » (Payet et Giuliani, 2010, 7) et que cela implique parfois de « *s'exposer psychologiquement à l'autre* » (De La Soudière, 1988).

Mes doutes, quant à la manière dont les femmes interrogées (cf. Annexe 8) ont vécu la situation d'entretien, finissent cependant par disparaître au regard du traitement qui m'est réservée, une fois l'interview réalisée. En effet, si j'étais une pratiquante parmi d'autres, que l'on salue parfois par politesse, je suis désormais perçue comme une femme avec laquelle on peut se raconter, échanger sur sa journée, ses vacances, etc., comme le montre cet extrait de mon journal de terrain.

Encadré 6

Observations du mardi 12 septembre 2017

Je m'apprêtais à partir, mes trente minutes étant écoulées, quand j'aperçois Solène (42 ans, assistante maternelle) rangeant ses affaires dans les étagères prévues à cet effet avant d'entrer sur le circuit. Cette adhérente, que j'ai interrogée au cours du mois de juillet, m'interpelle pour prendre des nouvelles. Il faut dire que nous nous accordons rarement sur nos créneaux de pratique et les vacances n'ont pas aidé. La discussion s'engage sur des sujets variés. Si le thème des vacances a été évoqué (destination, durée, le beau temps), elle s'étend plus largement sur son état physique du moment et m'explique ne pas être venue la vieille ni en fin de semaine dernière. Comme cela n'est pas habituel, elle justifie ses absences par le fait

qu'elle ne se sentait « *vraiment pas en forme, et puis migraines tout ça* », ce qui est également le cas de ces filles venant régulièrement pratiquer avec elle. Nos échanges se poursuivent encore quelques minutes avant qu'elle ne regagne le circuit.

Avant de solliciter cette adhérente pour un entretien, seul un « bonjour » ou « bonsoir » était de rigueur. Désormais, la discussion s'engage sur le circuit comme en dehors tel qu'elle le ferait avec une « *copine de sport* », pour reprendre les termes employés par certaines clientes, avec laquelle on peut se raconter le temps de sa séance. Un changement qui s'est opéré systématiquement avec chacune des enquêtées qui partageaient le même espace de pratique, et ce, jusqu'à la fin de mon adhésion. J'ai alors le sentiment que les entretiens menés avec les pratiquantes se sont avérés agréables¹³⁸, d'autant que les rires ont souvent été de rigueur, favorisant par la même la création d'un lien social avec ces dernières. Le fait d'être une femme, jeune, en situation d'études a facilité l'interview, ma présence assidue sur le terrain y a aussi sans nul doute contribué. En effet, mon immersion par corps s'est transformée en « *outil d'investigation privilégié donnant accès à la compréhension du monde social, permettant d'éclairer les motifs et les raisons des enquêtés et de parvenir à reconstruire les pratiques et les représentations des acteurs rencontrés* » (Raveneau, 2016, 40). Selon Pierre Bourdieu (1997, 168), cela tient au fait que « *nous apprenons par corps* ». Cet apprentissage « *au feu de l'action in situ, [plaçant] (...) [m]on propre organisme, [m]a sensibilité et [m]on intelligence incarnées, au cœur du faisceau des forces matérielles et symboliques [que j'entendais] disséquer* » (Wacquant, 2007) s'est avéré une ressource essentielle, me dotant d'un savoir informel qui a été réinvesti au cours des interviews (De Sardan, 2003), afin de saisir les faits et les situations exprimés (vocabulaire propre aux établissements, machines, cours collectifs, etc.), de comprendre les procédures de contrôle corporel mises en place par certaines structures de remise en forme, de situer les acteur.rice.s (gérant.e.s, encadrant.e.s voire adhérentes) évoqué.e.s au fil des discussions, de distinguer les espaces auxquels elles pouvaient faire référence, etc.

Le cadre de cette étude ayant été posé, les conditions d'enquête révélées, il me faut désormais - le temps des trois prochains chapitres - déplacer le regard et l'analyse sur les données recueillies au sein des centres de remise en forme strictement réservés aux femmes.

¹³⁸ Dans la majorité des cas du moins.

Chapitre 3 : Opérer une distinction de genre pour exister : une communication inédite sur le marché de la forme

Introduction

Au fil des années, les entreprises de la forme se sont rationalisées, en s'appuyant notamment sur les principes du marketing mix qui regroupent « *l'ensemble des décisions et actions marketing prises pour assurer le succès d'un produit, service, marque ou enseigne sur son marché* » (Bathelot, 2016). Ces politiques commerciales s'établissent à partir de la définition de quatre éléments stratégiques : le produit et/ou le service lui-même, sa tarification, sa distribution sur le marché et pour finir, la communication réalisée pour sa mise en vente¹³⁹. Sur ce point, la presse locale peut s'avérer précieuse puisque chaque nouvelle ouverture fait l'objet d'un ou plusieurs articles, portant ainsi « l'évènement » à la connaissance du plus grand nombre : « *Roubaix, bientôt un club Basic-Fit exclusivement pour les femmes*¹⁴⁰ », « *Hazebrouck : une nouvelle salle de sport réservée aux femmes ouvrira en septembre*¹⁴¹ », « *Club de fitness interdit aux hommes : le concept débarque à Calais*¹⁴² », « *Un club 100% féminin ouvrira en octobre. Le concept fait des émules. Après Arras, Douai ou encore Cambrai, c'est à Vitry-en-Artois qu'un club de fitness exclusivement féminin s'apprête à ouvrir ses portes*¹⁴³ ». Mais cette couverture médiatique, qui ne se veut que ponctuelle¹⁴⁴, demeure insuffisante et ne peut se substituer aux campagnes publicitaires impulsées par les organisations elles-mêmes. C'est sur celles-ci que nous allons focaliser notre attention dans le cadre de ce chapitre. Plusieurs raisons ont motivé ce choix.

La première réside dans le fait que l'étude des supports de communication constitue une opportunité appréciable pour tenter d'approcher ces entreprises sans éveiller la curiosité. La communauté scientifique étant restée muette sur leur existence, nos connaissances sur leurs

¹³⁹ En marketing, c'est ce que l'on nomme la règle des quatre P (Product, Price, Place, Promotion), concept développé par Jérôme McCarthy (1960) et repris par Philip Kotler (1988). On ajoute régulièrement un cinquième P, celui du Packaging.

¹⁴⁰ <http://www.nordeclair.fr/archive/recup%3A/info-locale/roubaix-bientot-un-club-basic-fit-exclusivement-pour-les-femmes-ia50b12891n997332>, consulté le 17 avril 2018 à 09h48.

¹⁴¹ <http://www.lavoixdunord.fr/archive/recup%3A%252Fregion%252Fhazebrouck-une-nouvelle-salle-de-sport-reservee-aux-ia18b47651n2289238>, consulté le 17 avril 2018 à 09h30.

¹⁴² <http://www.lavoixdunord.fr/archive/recup%3A%252Fregion%252Fclub-de-fitness-interdit-aux-hommes-le-concept-debarque-ia33b48581n1979090>, consulté le 17 avril 2018 à 09h17.

¹⁴³ <http://www.lavoixdunord.fr/437084/article/2018-08-25/un-club-de-fitness-100-feminin-ouvrira-en-octobre>, consulté le 16 novembre 2018 à 15h30.

¹⁴⁴ Généralement, seules les ouvertures et les fermetures de salles sont couvertes par la presse.

modes de fonctionnement, leurs propositions de services, leurs pratiques se limitent à ce stade aux seules informations diffusées. Mais ces dernières doivent être analysées avec d'autant plus de précaution qu'elles s'avèrent relativement sommaires d'une part, et parfois empreintes d'un discours politisé et idéologique¹⁴⁵ d'autre part.

La deuxième tient au fait qu'Olivier Bessy (1993) a montré combien les modes de communication pouvaient varier selon le positionnement affiché par ce type d'établissements. Nous pouvons donc supposer que les stratégies communicationnelles des salles de remise en forme réservées aux femmes diffèrent de celles développées par leurs homologues mixtes. Si ces organisations mobilisent différents supports - tels que l'affichage urbain, les imprimés commerciaux, la radio, la télévision ou encore internet - nous avons essentiellement analysé le dispositif communicationnel proposé par ce dernier. Il faut dire qu'à l'ère du numérique, internet est devenu un média stratégique (Joannis et De Barnier, 2005), l'abondance de publications observées a conforté ce constat.

La troisième renvoie au fait que « *la publicité est investie du pouvoir de convaincre, [parfois de] tromper, duper, manipuler, heurter les sensibilités [mais aussi d'] influencer (...) en un mot, celui d'agir sur les esprits, les attitudes, voire les comportements* » (Kunert, 2013, 31), et ce, en vue de vendre un produit et/ou un service. La publicité se révèle être un élément décisif de la stratégie commerciale d'une salle de fitness car, comme le précisait déjà Olivier Bessy (1993, 241), « *elle donne du sens et de la lisibilité à leur produit et assure souvent leur succès ou leur échec* ». C'est justement cette production de sens, qu'il s'agit d'analyser dans ce troisième chapitre.

L'étude de la publicité ne peut se faire isolément de la société dans laquelle elle s'inscrit, celle-ci n'en étant d'ailleurs que le reflet, « *le miroir symptôme de la réalité sociale perçue* » (Sacriste, 2002, 137) par les individus eux-mêmes. La publicité pourrait ainsi s'apparenter à un miroir déformant, typifiant, renvoyant une image séduisante, à défaut d'être objective, empreinte de repères normatifs culturels, mais aussi de stéréotypes. Il faut dire que ces derniers se révèlent être des leviers particulièrement efficaces car ils font sens auprès du public (Pietrucci, Vientiane et Vincent¹⁴⁶, 2012). Par exemple, en montrant et mettant « *en scène discursivement et/ou iconiquement hommes et femmes dans des rôles, des situations avec des manières, des attitudes, etc. spécifiques* », la publicité participe d'une forme « *d'inculcation*

¹⁴⁵ Nous y avons déjà fait référence dans le Chapitre 1.

¹⁴⁶ L'analyse de la publicité leur a permis de montrer la manière dont les femmes sont données à voir, les rôles qu'elles endossent, les qualités qui leur sont attribuées, etc. et la conclusion est sans appel : les publicités mobilisent nombre de stéréotypes de genre, de beauté leur conférant un caractère particulièrement sexiste.

(*explicite ou implicite*) idéologique-symbolique de valeurs, de modèles, de normes » (Lahire¹⁴⁷, 2001, 22) où la différenciation des unes et des autres est légitimée, naturalisée. Suivant ce raisonnement, on comprend que les publicitaires ne pensent pas seulement les femmes et les hommes à l'aune de leurs différences biologiques, mais bien dans leurs différences construites socialement, autrement dit genrées. En effet, scrutés depuis une cinquantaine d'années sous l'angle des rapports sociaux de sexe, de leur mode de production et de leur perpétuation, les médias traditionnels et contemporains constituent des analyseurs privilégiés des comportements genrés et ce, quel que soit le domaine de la vie sociale dans lequel ils s'inscrivent et le format retenu pour leur diffusion. Ils ont fréquemment recours à « *des imaginaires de genre consensuels [qui tendent] ainsi à promouvoir majoritairement des représentations du masculin et du féminin satellisées autour de valeurs patriarcales traditionnelles* » (Pahud, 2009, 287). En analysant les différentes postures dans lesquelles sont données à voir les femmes, Erving Goffman (1977) met au jour « *la ritualisation de la féminité* ». Ces dernières sont bien représentées dans les publicités étudiées mais toujours ramenées à une forme de domination : « *subalterne* », « *assistée* », « *soumise* », « *docile* », « *timide* », « *sexualisée* », etc. Mais au-delà, et dans le temps présent cette fois-ci, c'est aussi une représentation des corps particulière à travers la diffusion d'une « *femme modèle, modèle de femme partout semblable, jeune, mince, en forme(s), active...* » qui tend à montrer « *on le sait, des figures qui ne puisent guère leurs traits et comportements dans la rue* » (Louveau, 1998, 37). On comprend alors que le corps, objet de distinction entre les sexes pour des raisons biologiques, devient un construit social « *où s'exprime, entre autres choses, un rapport particulier - de concordance ou de discordance - entre le corps réel et le corps légitime* » (Bourdieu, 1977, 54) et ce, en fonction des représentations genrées. Les définitions traditionnelles du féminin et du masculin sont donc diffusées par les médias et participent ainsi à la perpétuation d'une mise en scène différenciée des unes et des autres.

Et le domaine sportif n'en est pas exempt comme ont pu le montrer nombre de chercheurs.se.s¹⁴⁸. Mélie Fraysse (2013) dans son travail doctoral portant sur « *la fabrication des modèles de genre dans les magazines sportifs* » en rappelle les contours et les logiques en prenant l'exemple des revues de Vélo Tout Terrain. Elle montre d'une part, que les hommes tiennent majoritairement

¹⁴⁷ Bernard Lahire, dans son article, revient sur les différents leviers socialisateurs pour expliquer comment les femmes acquièrent leur féminité et les hommes leur masculinité. En ce sens, il fait état de l'impact des normes culturelles diffusées aux moyens d'outils communicationnels, dont la publicité fait partie intégrante.

¹⁴⁸ Etant dans l'incapacité de dresser une liste exhaustive au regard de leur nombre, nous citerons seulement quelques exemples pour illustrer notre propos comme celui de Sandy Montanola (2011) qui s'est intéressée à la médiatisation des athlètes lors des championnats du monde d'athlétisme ou de Corinne Brocard (1992) qui a analysé l'image accordée aux sportives dans le cadre publicitaire.

le haut de l’affiche au détriment des femmes qui sont plus fréquemment invisibilisées et d’autre part, que les représentations des unes et des autres demeurent stéréotypées au regard du genre ; les premiers étant plus volontiers mis en image pour symboliser la violence, la puissance ou encore la performance quand elles sont davantage renvoyées à leur appartenance de sexe et à une forme d’érotisation. En réalisant un tel constat dans cette presse spécialisée, Mélie Fraysse (2013) rejoint les conclusions déjà émises par Christine Mennesson (2009), lors de son analyse des événements sportifs, faisant état d’une médiatisation des sportives et des sportifs à la fois différenciée et marquée par les régimes de genre.

En analysant les supports communicationnels des centres de remise en forme mixtes et réservés aux femmes, lieux privilégiés de l’entretien corporel « *se présentant comme le moyen réaliste pour atteindre des objectifs [c’est-à-dire] un corps « fin », « ferme », « beau » et harmonieux* » (Meidani, 2003, 159), nous nous proposons de situer la manière dont ces établissements se positionnent vis-à-vis des normes corporelles dominantes et d’identifier dans quelles mesures ils participent à la diffusion et perpétuation des représentations stéréotypées des corps féminins. Mais cette étude doit être prise pour ce qu’elle est, une analyse du discours publicitaire produit par les organisations du marché de la forme elles-mêmes. En ce sens, il convient de rappeler que tout l’enjeu, pour ces dernières, réside dans le « *calage* » (Sacriste, 2002) qui consiste premièrement, à épouser un discours consensuel afin de se prémunir de tout rejet de la société, deuxièmement, à saisir les désirs des individus pour susciter l’envie, et troisièmement, à faire preuve d’adaptation au regard de la clientèle ciblée pour le produit ou le service mis en avant et dont ils vantent les mérites. En somme, « *cherchant à vendre, [la publicité] cherche à plaire* » (Sacriste, 2001, 493).

Les résultats¹⁴⁹ présentés dans ce chapitre reposent sur l’analyse des supports publicitaires de cinquante-quatre salles de remise en forme unisexes (n=27) et mixtes (n=27) de la région des Hauts-de-France (cf. Annexe 9). Nous avons veillé à analyser tout autant les contenus informationnels textuels publiés sur leurs réseaux sociaux et/ou sites Internet, que visuels par le biais de 3 235 photographies. Des données nombreuses qui ont nécessité un traitement informatisé, à l’aide du logiciel Sphinx, et la création d’un livre de précodage¹⁵⁰ qui renseigne plus de cent soixante questions, réparties en trois thèmes. Le premier rend compte des propositions de services effectives au sein de chacune des structures enquêtées. Le deuxième

¹⁴⁹ Les éléments de méthodologie liés à cette première étude sont détaillés dans le Chapitre 2.

¹⁵⁰ Il figure en Annexes 1 et 2, comme annoncé dans le Chapitre 2.

recense l'ensemble des éléments contenus dans l'apparence physique des individus représentés (clients ou membres du personnel). Et le dernier caractérise les espaces de remise en forme à travers leur agencement, équipements et matériels. Autant de matériaux ayant permis de mettre au jour 1) la manière dont les salles de fitness réservées aux femmes se donnaient à voir à leur clientèle d'un point de vue sémantique et coloriel, 2) les choix opérés en matière d'offre de services qui se veulent adaptés aux « spécificités morphologiques » des femmes ainsi qu'à leurs attentes en matière d'activité d'entretien corporel, 3) la stratégie publicitaire adoptée par ces espaces unisexes pour se distinguer de leurs homologues mixtes.

1. Une communication genrée

Avant de communiquer sur leur marque et/ou entreprise, chaque centre de remise en forme créé une forme de « signature » qui lui permet d'être reconnaissable, identifiable par ses client.e.s ou ses prospects¹⁵¹. Compte tenu de l'enjeu que revêt cette griffe, nous avons fait le pari qu'elle pouvait s'avérer porteuse de significations, nous encourageant à porter une attention particulière au nom de la marque, au slogan ou encore au logo des cinquante-quatre établissements enquêtés.

1.1. Parler aux femmes et uniquement aux femmes

Concentrons-nous d'abord sur les vingt-sept établissements mixtes qui ont intégré notre corpus, (cf. Tableau 2).

Tableau 2

Nom commercial et slogan des centres de remise en forme mixtes

Non commercial	Slogan
<i>Amazonia</i> (n = 4)	Le sport comme je l'aime
<i>Body Harmony</i> (n = 1)	Le sport sans frime, sans contrainte et sans complexe !
<i>Capform</i> (n = 1)	Non renseigné
<i>Centre aquatique</i> (n = 1)	Non renseigné
<i>Club de gym</i> (n = 1)	Non renseigné
<i>European Fitness</i> (n = 1)	Non renseigné
<i>Fitness Park</i> (n = 2)	Le fitness <i>low-cost</i> , le fitness pour tous
<i>Form'en salle</i> (n = 1)	Le bien-être sous toutes ses formes
<i>Gymstreet</i> (n = 2)	Fitness haut de gamme pour tous
<i>L'Orange Bleue</i> (n = 7)	Mon <i>coach</i> fitness
<i>Opal'form</i> (n = 1)	Le sport qui me va bien
<i>Optimum Gym</i> (n = 2)	<i>Play</i> fitness

¹⁵¹ Nous entendons par « prospect » toute personne pouvant potentiellement devenir cliente d'une entreprise.

<i>R Gym Boxing</i> (n = 1)	Non renseigné
<i>Vita Form</i> (n = 1)	Fitness club
<i>Zen Attitude</i> (n = 1)	Non renseigné

L'analyse du Tableau 2 révèle les nombreuses occurrences ayant trait à la sportivité ou à la forme, tant à travers leur nom commercial : « *gym* » (n=6), « *fitness* » (n=3), « *form* » (n=4), que de leur slogan : « *sport* » (n=6), « *fitness* » (n=16), « *coach* » (n=7). Le recours à un tel vocabulaire montre que ces organisations ne souhaitent laisser planer aucun doute quant au caractère sportif de leur activité commerciale.

Plusieurs salles tels qu'*Amazonia* (n=4), *l'Orange Bleue* (n=7) et *Opal'Form* (n=1) cherchent également à inscrire leurs potentiel.le.s client.e.s dans « *la position du sujet de la phrase, qui est aussi l'agent de l'action exprimée par le verbe au présent* » (Maingueneau, 2016, 137), en mobilisant dans leurs slogans des déterminants possessifs et pronoms personnels auxquels chacun et chacune est en mesure de s'identifier, comme on peut le voir à travers ces exemples : « *le sport comme je l'aime* », « *mon coach fitness* », « *le sport qui me va bien* ». On peut y voir également une injonction au travail de soi et de son apparence au moyen des pratiques physiques qu'elles proposent, car en l'espèce les structures de remise en forme pointent la responsabilité individuelle de leur clientèle ; une manière de faire déjà mise au jour par Georges Vigarello (1982) au début des années 80, qui témoigne de sa persistance dans le temps. On peut en conséquence s'étonner de ne voir aucune mention faite au public ciblé. Tout se passe comme si les femmes et les hommes étaient accueilli.e.s de manière indifférenciée au sein de ces espaces et ce, quels que soient leur âge, leurs objectifs, leurs revenus, etc. Seules les enseignes *Gymstreet* et *Fitness Park* y font allusion en revendiquant une accessibilité « *pour tous* ». Si cette formule pourrait être entendue comme hommes et femmes confondus, la mise en contexte permet d'analyser leurs propos autrement. Compte tenu de l'association réalisée avec les termes « *haut de gamme* » ou « *low-cost* », l'expression « *pour tous* » renvoie ici directement au critère économique et non pas sexué des client.e.s. De fait, la communication des centres de remise en forme mixtes se veut « neutre ». Rien d'étonnant si on considère les données proposées par le gouvernement¹⁵² qui font état de la présence presque équivalente d'hommes (46%) et de femmes (54%) parmi les adeptes de ces clubs.

Si la mixité semble aller de soi dans l'univers de la remise en forme, l'arrivée des premières salles unisexes a cependant changé la donne. La séparation des sexes est, dès lors, devenue un

¹⁵² Selon le « guide d'accompagnement à la création d'entreprises », dédié aux centres de remise en forme ou de fitness, consultable à partir du lien suivant : <http://www.sports.gouv.fr/guide-creation-entreprise/files/centre-de-remise-en-forme.pdf>.

moyen de se distinguer de la concurrence et donc un argument marketing à part entière (cf. Tableau 3).

Tableau 3

Nom commercial et slogan des centres de remise en forme réservés aux femmes

Nom commercial	Slogan
<i>Bodyfit Club</i> (n = 2)	100% féminin 0 complexe
<i>Curves</i> (n = 16)	Le circuit d'entraînement complet de 30 minutes conçu pour les femmes
<i>Femmes en forme</i> (n = 2)	Club de fitness dédié aux femmes
<i>Fit&Zen</i> (n = 1)	Forme et bien-être au féminin
<i>Fitness Pass</i> (n = 1)	Le sport tranquille
<i>Fitness Sun</i> (n = 1)	100% féminin
<i>Form'elles</i> (n = 1)	L'espace forme pour elles
<i>Lady Fitness</i> (n = 1)	30 minutes circuit minceur pour les femmes
<i>Lady Form Fitness</i> (n = 1)	La remise en forme et la beauté 100% <i>coachées</i> pour vous
<i>Lady Moving</i> (n = 2)	Mince et tonique en 30'
<i>M&C Fitness</i> (n = 1)	Forme, fille, fun
<i>Tahiti Gym</i> (n = 1)	Non renseigné

Le positionnement est « *l'ensemble des caractéristiques matérielles et immatérielles que l'on veut que le public perçoive au sujet d'un produit ou d'une marque* » (Joannis et De Barnier, 2005, 468). Pour les salles réservées aux femmes, il est affiché immédiatement, directement à travers leur nom commercial où la mention faite aux femmes est clairement spécifiée en français ou en anglais, à l'image des *Femmes en forme*, *Form'elles*, *Lady Fitness*, *Lady Moving*, *Lady Form Fitness* ou encore *Lady Trainer*¹⁵³. Si le doute, quant à la clientèle ciblée, peut parfois subsister pour *Bodyfit Club*, *Curves*, *Fit&Zen* pour ne citer que celles-ci, il est levé à la lecture des slogans de ces organisations.

Là encore, on trouve une mise en exergue du caractère non-mixte de ces établissements par la récurrence des vocables « *femmes* », « *féminin* », « *elles* », « *fille* ». Ici, le slogan est bel et bien utilisé dans son but premier, c'est-à-dire la mise en avant du principal avantage de la marque (Joannis et De Barnier, 2005), à savoir l'interdiction d'accès et d'adhésion faite aux hommes. A notre connaissance, l'emploi d'une telle sémantique n'a pas de précédent sur le marché de la forme français, mais semble se justifier au regard de la segmentation inédite, qui consiste à occuper « *des territoires symboliques inattendus et inexploités* » (Lugrin, 2006, 21) jusqu'alors. En ce sens, les salles de remise en forme réservées aux femmes ont fait le pari de la distinction. Certain.e.s professionnel.le.s du secteur profitent d'ailleurs de cet espace de communication,

¹⁵³ Les établissements *Femmes en Forme* et *Lady Trainer* ayant cessé leur activité avant le début de notre enquête sur les supports de communication, ils n'ont pu être intégrés au corpus d'images recueillies. Néanmoins, nous disposons d'autres éléments d'enquête tels que des observations et des entretiens nous permettant de les inclure dans cette première sous-partie. S'agissant de la structure *M&C Fitness*, elle a quant à elle ouvert ses portes au cours de notre étude mais une fois le recueil clos.

que sont le nom commercial et le slogan, pour justifier la non-mixité imposée en leur sein. C'est le cas du gérant de *Fitness Pass* qui précise « *notre slogan c'est le sport tranquille parce que y a pas le regard de l'homme, on est entre femmes*¹⁵⁴ ». Une tranquillité également assurée par le fait que cet entre-femmes annihilerait toute situation de drague¹⁵⁵, expérience qu'ont pu éprouver nombre de clientes au sein des centres de remise en forme mixtes couramment assimilés à des lieux de rencontre¹⁵⁶ (Bessy, 1987). Pour le responsable de *Bodyfit club*, avec lequel nous nous sommes entretenue, supprimer la présence masculine irait de pair avec la disparition des complexes féminins¹⁵⁷. Un argument commercial exprimé largement dans les médias par les professionnel.le.s du secteur. Hervé Rivoal, fondateur de la chaîne *Lady Fitness* précise : « *pour une femme n'être entouré que d'autres femmes est un plus. Cela les aide à se sentir moins complexées qu'en présence d'hommes*¹⁵⁸ » ou encore Christophe Frion, anciennement gérant d'un centre *Curves* de la région des Hauts-de-France, qui explique lors d'une interview pour la Voix du Nord que l'offre de services proposée par les salles démixées serait pour « *celles qui ne supportent pas le regard des hommes ou des filles filiformes, celles qui ont de l'embonpoint, celles qui sont pudiques*¹⁵⁹ ».

1.1.1. Lever le temps des inhibitions

Mais l'entre-femmes ne constitue pas l'unique argument marketing de ces structures. Les franchises *Curves*, *Lady Fitness* ou *Lady Moving*, par exemples, mettent également en lumière des modalités de pratique inédites : un *circuit-training* réalisable en seulement trente minutes. Si le terme *circuit-training* est peu éclairant pour les profanes, la temporalité peut quant à elle être comprise de toutes. Elle a d'ailleurs toute son importance, puisque « le manque de temps » a longtemps constitué l'une des principales justifications des femmes pour légitimer leur non-engagement dans une activité physique et ou sportive (Louveau, 1998). En proposant un format de pratique réduit dans la durée, ces salles ont donc repris à leur compte les freins à la pratique

¹⁵⁴ Ces propos ont été tenus par le gérant lors d'une visite au sein de la structure, au cours de laquelle il est revenu sur la manière dont il avait créé son entreprise.

¹⁵⁵ C'est en tout cas l'idée exprimée par le gérant au cours d'un rendez-vous avec une potentielle cliente venue s'informer sur le fonctionnement de l'établissement.

¹⁵⁶ La dernière publicité télévisée pour les salles *Amazonia*, dans laquelle « un client » aborde « une cliente » en train de pratiquer sur un vélo elliptique, ne dit pas autre chose.

¹⁵⁷ Les arguments mobilisés par ces deux gérants feront l'objet d'un développement plus poussé dans les prochains chapitres.

¹⁵⁸ <http://www.relay.fr/indexFlash.php#7878-les-salles-de-sport-low-cost-et-reservees-aux-femmes-se-developpent-en-france>, consulté le 25 mai 2014 à 13h12.

¹⁵⁹ https://armentieres.maville.com/actu/actudet_-La-devise-de-Curves-se-resume-par-3-M-no-men-no-mirror-no-make-up-*-_loc-1259952_actu.Htm, consulté le 25 mai 2014 à 13h45.

de leur potentielle clientèle¹⁶⁰ et s'en servent à maintes reprises au cours de la procédure d'abonnement. Lors de ses formations internes, la franchise *Curves* par exemple recommande aux gérant.e.s, commerciaux.les et encadrant.e.s de mobiliser des « *points de discussion* » précis pour « *surmonter l'objection « temps »* ». Pour ce faire, les professionnel.le.s rappellent qu'« *il y a plus de 1 400 minutes dans une journée* » avant de demander aux (potentielles) adhérentes : « *êtes-vous prête à vous en accorder 30 rien que pour vous ?* ». Dit autrement, que représentent trente minutes parmi les mille quatre cents disponibles dans une journée ? Présenté ainsi, le temps ne peut constituer un frein à la pratique d'une activité d'entretien corporel au sein d'un centre *Curves*, *Lady Fitness* ou encore *Lady Moving*. Selon les gérant.e.s et encadrant.e.s interviewé.e.s, cela constitue même un élément de persuasion supplémentaire pour s'abonner : « *30 minutes c'est pas beaucoup, et à mon avis c'est ça la clé du concept. (...) Celles qui sortent du boulot, les étudiantes qui n'ont pas forcément le temps c'est parfait pour eux* » (Robin, 23 ans, encadrant) ; « *trente minutes pour une femme dans un emploi du temps, c'est super important. On a remarqué que vous aviez plein de choses à faire mesdames (rires), et y a toujours quelque chose qui ferait que vous ne feriez pas sport donc le timing c'était super important* » (Thibaut, 46 ans, gérant) ; « *le fait que ça soit trente minutes, les adhérentes, elles culpabilisent moins. Et c'est ça qu'elles m'ont dit, qu'elles culpabilisaient moins de partir, moins de temps par rapport aux enfants, etc. [et] y en a qui [en plus] ont des boulots vachement prenants donc c'est sûr que trente minutes, enfin ça permet de se fixer un petit, un petit timing quand même pour soi* » (Ambre, 24 ans, encadrante). Et ce ne sont pas les adhérentes qui vont les contredire : « *déjà, ça a convaincu dans la tête, dans ma tête hein. Je me dis (...) j'en ai pour une demi-heure, trente-cinq minutes, (...) je le mets bien dans (...) une vie sociale intense. On arrive quand même à le mettre, que une salle de sport [sous-entendu mixte], des fois c'est un peu plus compliqué* » (Janice, 42 ans, sans emploi, en cours de création d'une entreprise) ; « *le fait que ce soit une demi-heure, c'est juste top (...). Ça rentre pile poil dans mon emploi du temps* » (Lisa, 51 ans, commerciale) ; « *c'est nickel parce que (...) je fais quand même des choses à côté. (...) Et, le fait de pouvoir adapter son, son emploi du temps à la salle...* » (Marylène, 53 ans, professeure des écoles) ; « *c'est ça qui est bien parce que (...) les trente minutes, je les case cinq fois par semaine, chose que je pensais pas* » (Noémie, 37 ans, employée administratif) ; « *je trouve que c'est bien parce que justement (...) ça nous prend pas tout notre temps, en fait* » (Julie, 23 ans, assistante maternelle dans une crèche). Cette durée

¹⁶⁰ L'enquête MJS/INSEP (2000) a déjà montré que les contraintes familiale et professionnelle constituent un obstacle pour les femmes qui souhaitent s'engager dans une pratique sportive, ces dernières disposant en moyenne de moins de temps libre que les hommes.

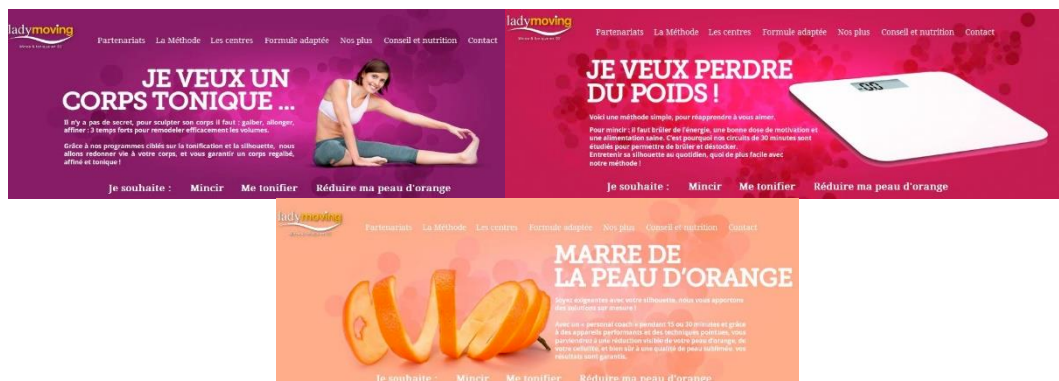
minimale s'avère tout aussi idéal pour Solène (42 ans, assistante maternelle) qui parvient de fait à concilier vie professionnelle, familiale et son activité sportive « *j'avoue que c'est parce que, c'est le concept d'une demi-heure, [... autrement] avec les enfants, l'école, enfin tout, quoi, ça va plus. C'est pas gérable, ça va pas* ».

1.1.2. L'idéal corporel en ligne de mire

Plusieurs centres de remise en forme réservés aux femmes font également la part belle aux critères esthétiques. En rappelant dans leurs slogans les impératifs de « *beauté* », de « *minceur* » et de « *forme* » qui pèsent sur le corps des femmes, ces entrepreneur.se.s du corps et de la forme s'inscrivent, au même titre que les publicitaires ou les magazines, dans ce que David Le Breton (2010b, 6) nomme la « *tyrannie de l'apparence (...) de la jeunesse, de la minceur, de la sveltesse* ». Dans ce registre, la franchise *Lady Moving* occupe une place de choix en définissant trois objectifs possibles pour leurs potentielles clientes : « *Mincir* », « *Me tonifier* » ou « *Réduire ma peau d'orange* », comme le montrent les photographies 3.

Photographies 3

Définir son objectif

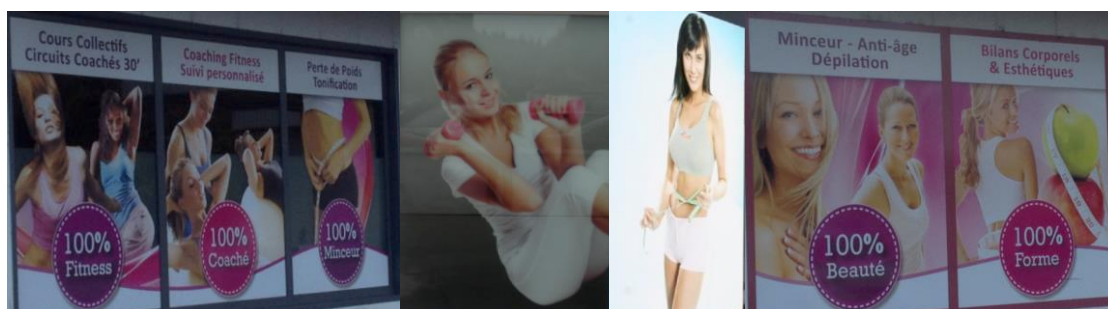


Sources : Images apparaissant sur le site internet de la franchise *Lady Moving*.

Mais finalement, c'est peut-être leur slogan qui l'illustre le mieux puisqu'elle propose à leurs adhérentes de devenir « *mince et tonique en 30 minutes* », images à l'appui. En effet, la devanture est recouverte de plusieurs affiches où des femmes répondant aux normes corporelles dominantes sont mises en mouvement et/ou en représentation (cf. Photographies 4).

Photographies 4

Des modèles de beauté mis en vitrine



Sources : Photographies prises par Louchet, C. devant plusieurs établissements Lady Moving de la région.

Ce slogan et ces images, qui bénéficient d'une visibilité de premier plan, se confondent à s'y méprendre avec ceux que l'on peut lire et voir sur les unes de papier glacé des magazines dits féminins (cf. Photographies 5). Féminin Santé, par exemple, dévoile « *ses bons conseils (...) pour rester mince, tonique et jeune* », « *mincir et garder la forme* », « *mincir plus belle et plus jeune*¹⁶¹ », Shape « *mon coach forme et beauté au quotidien* » propose une « *rentrée 100% forme*¹⁶² », Vital garantit « *tonus et fermeté !* », sa recette pour « *un corps canon !*¹⁶³ », etc.

Photographies 5

Unes de magazines dits féminins



Pour d'autres salles, à l'image de Curves, le message se veut plus « subtil » dans le sens où seul.e.s les initié.e.s ; autrement dit les gérant.e.s, encadrant.e.s, clientes et anciennes adhérentes sont en mesure d'apprécier le message dissimulé derrière cette dénomination, car « *Curves, ça parle pas vraiment* [contrairement à] *Lady Fitness* » (Emeline et Jessy, 34 et 32 ans, gérantes

¹⁶¹ Il s'agit des numéros 19 paru en juillet 2008, 41 de mai 2012 et 61 d'avril 2017.

¹⁶² Il s'agit du magazine paru en octobre 2013.

¹⁶³ Il s'agit des numéros 13 datant d'avril 2015, 19 de mai 2016. Autant d'exemples qui montrent la persistance de ces titres au fil des années et dont la résonance rappelle implicitement le « devoir » et les normes corporelles dominantes qui pèsent sur le corps des femmes.

et encadrantes). Chloé¹⁶⁴, une encadrante dans un établissement franchisé éponyme, nous éclaire sur ce point : « *Curves à la base, ça veut dire courbes, pour dire de perdre ce qu'il y a à perdre, tout en gardant les courbes féminines* ». Les propos de cette professionnelle s'accordent parfaitement à leur mention de notoriété qui révèle avoir « *aidé 10 millions de femmes à garder la forme, renforcer leurs muscles et perdre du poids* » ou encore à celle de la franchise *Femmes en forme* qui revendique être la « *n°1 de la remise en forme et de l'amincissement durable* ». Mais finalement, quels que soient les termes employés, le constat demeure identique : en diffusant l'idée d'un corps qui se doit d'être transformé au moyen d'une réduction de la masse corporelle et d'un raffermissement des chairs, le message délivré par les salles de remise en forme unisexes se veut porteur d'injonctions normalisatrices. Des pratiques qui n'ont pas leur pendant au sein des salles mixtes enquêtées, totalement silencieuses à cet égard¹⁶⁵ ; ces dernières préférant revendiquer leur place de numéro un sur le marché chacune à leur manière¹⁶⁶ : *L'Orange Bleue* est « *le leader du fitness* », *Fitness Park* se revendique comme étant « *le réseau n°1 en France [qui a] invent[é] le fitness haut de gamme à prix low-cost* », *Gymstreet* prétend être « *n°1 du fitness sur la métropole Lilloise* ».

L'analyse des noms commerciaux et slogans des centres de remise en forme perpétuent donc l'idée, déjà culturellement admise dans le sport fédéral, selon laquelle il y a « *des « femmes de corps » et des « hommes de sport »* » pour reprendre la formule employée par Catherine Louveau (1998, 197). Cependant, « *l'aspect condensé du discours publicitaire ne concerne pas que sa dimension linguistique, [la publicité] joue [également] sur l'ensemble de ses dimensions esthétiques, plastiques et iconiques* » (Kunert, 2013, 33). En ce sens, il convient de s'intéresser à présent aux symboles visuels des établissements de remise en forme enquêtés.

1.2. Les couleurs du genre sur le marché de la forme

Outre les contenus communicationnels textuels étudiés, la totalité des entreprises dédiées à l'entretien corporel donne à voir une identité visuelle qui lui est propre, la distinguant ainsi de ses concurrents. Si elle se traduit en mots, elle s'apprécie également au travers des couleurs et des formes (Lugrin, 2006). En ce sens, un élément est apparu décisif : le logo¹⁶⁷ (*cf.*

¹⁶⁴ Cette information nous a été délivrée, au cours d'une procédure d'inscription dans un établissement *Curves*, plusieurs mois après la réalisation de cette étude sur les supports de communication. D'autres professionnels ont également fait allusion au cours d'échanges informels.

¹⁶⁵ S'agissant des slogans et des mentions de notoriété.

¹⁶⁶ La franchise *Lady Fitness* a également eu recours à ce type de mention de notoriété, mais c'est la seule parmi les établissements réservés aux femmes.

¹⁶⁷ On distingue différents types de logo : le logotype, composé uniquement d'éléments linguistiques, le logo

Photographies 6). D'une part, parce qu'il est omniprésent dans le processus communicationnel des salles de fitness (devanture, affichage urbain, encart dans la presse, flyers, réseaux sociaux, etc.) et d'autre part, parce qu'il s'avère être « *un véritable condensé de sens* », par ses éléments typographiques et coloriels (Heilbrunn, 2010, 14-87).

Photographies 6

Logos des centres de remise en forme mixtes



Sources : Logos issus des sites *Internet* ou pages *Facebook* des vingt-sept salles mixtes étudiées.

Au regard des illustrations présentées ci-dessus, force est de constater que chaque salle arbore ses propres couleurs : noir et jaune pour le *Club de gym*, bleu et rouge pour *European Fitness*, bleu et jaune pour *Fitness Park*¹⁶⁸, gris et orange pour *Opal'Form*, bleu et blanc pour *L'Orange Bleue*, etc. Nous pouvons supposer qu'elles constituent « *une variable stratégique* » de leur politique marketing (Boulocher et Ruaud, 2016, 183) pour des raisons de démarcation concurrentielle. Nous pouvons aussi considérer que ces jeux de couleurs présentent des significations relatives aux valeurs de l'entreprise ou au public ciblé notamment, car les couleurs revêtent un sens. Annie Mollard-Desfour¹⁶⁹ (2008, 6), linguiste au Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS) et auteure de nombreux ouvrages sur cette question, définit

iconique ou icotype qui intègre exclusivement des images (non) figuratives et enfin le logo mixte qui est un condensé des deux premiers (Heilbrunn, 2010). Si les centres de remise en forme ont recours tant au logotype qu'au logo mixte, nous ne ferons pas la distinction entre les deux et nous contenterons de les désigner par le terme « logo ».

¹⁶⁸ Les couleurs représentant la marque *Fitness Park* ont changé depuis le début de cette étude. Le bleu a disparu au profit du gris et du blanc. Le jaune quant à lui demeure mais de manière plus discrète.

¹⁶⁹ L'auteure a notamment publié : Mollard-Desfour, A. (2015). *Le Gris : Dictionnaire de la couleur, mots et expressions d'aujourd'hui XXe-XXIe*. Paris : CNRS ; Mollard-Desfour, A. (2013). *Le Bleu : Dictionnaire de la couleur, mots et expressions d'aujourd'hui XXe-XXIe*. Paris : CNRS ; Mollard-Desfour, A. (2012). *Le Vert : Dictionnaire de la couleur, mots et expressions d'aujourd'hui XXe-XXIe*. Paris : CNRS. ; *Le Noir*, *Le Rouge*, ou encore *le Blanc* aux éditions CNRS.

la couleur comme « *un ensemble de signes élaborés par les hommes, un langage symbolique* »¹⁷⁰. Ainsi, en choisissant des teintes orangées, les établissements *Opal'Form* et *Gymstreet* se montreraient innovant et audacieux ; en arborant le noir et le blanc, le *Club de Gym* afficherait son positionnement haut de gamme ; quant au vert adopté par *Zen attitude*, il symboliserait l'esprit nature (Boulocher et Ruaud, 2016). Si les prestations de services ou encore la tarification peuvent aller en ce sens, s'agissant des structures énoncées précédemment, la symbolique des couleurs demeure pour d'autres inexplicée. Ce n'est qu'une fois les logos des structures unisexes (cf. Photographies 7) versés à l'analyse que d'autres pistes interprétatives ont vu le jour.

Photographies 7

Logos des centres de remise en forme réservés aux femmes



Sources : Site internet ou page Facebook des vingt-sept établissements réservés aux femmes enquêtés.

Une fois n'est pas coutume, la stratégie de communication développée par les salles de *fitness* dédiées aux femmes diffère de ses concurrents mixtes. Si ces derniers privilégient des couleurs variées afin de se distinguer les uns des autres, les structures unisexes tendent à se confondre entre elles en recourant à une palette de couleurs relativement restreinte, composée principalement de violet, de blanc et de rose. Une démarcation franche qui nous amène à penser que les couleurs pourraient avoir un genre, symboliquement du moins. Dès la naissance, il est souvent d'usage de distinguer les enfants par leurs tenues vestimentaires : le rose est aux filles ce que le bleu est aux garçons (Fischer, 2006). Selon Martine Court (2010, 27-28)¹⁷¹, qui a réalisé une étude sur la tenue vestimentaire des enfants d'une classe de CM2, l'habillement est

¹⁷⁰ Une idée également partagée par Michel Pastoureau qui multiplie les ouvrages sur les couleurs et leur sens au fil des époques.

¹⁷¹ L'auteur a réalisé une enquête sur les pratiques corporelles des enfants, en s'attachant aux vêtements et aux couleurs.

soumis à une « *codification sociale rigoureuse* », intériorisée dès l'enfance, et qui se manifeste sous forme de goûts et de dégoûts. Ainsi, nombre de garçons qu'elle a interrogés manifestent leur volonté de ne pas porter de couleurs « *qui font fille* » - ces derniers faisaient notamment référence au rose arboré par de nombreuses petites filles - les amenant à privilégier des teintes sombres dans un éventail restreint de bleu, gris, vert et brun. Cette différenciation des sexes par la couleur s'apprécie également à travers les catalogues de jouets. S'il n'est plus à démontrer combien le monde du jouet demeure enclin à perpétuer les stéréotypes de genre, il est intéressant de retrouver cette même opposition du rose et du bleu pour séparer les univers dédiés aux filles de ceux destinés aux garçons, faisant ainsi de ces couleurs « *des emblèmes de la distinction sexuée* » (Zegaï, 2010). Fanny Lignon, fait le lien entre ces deux secteurs d'activité, au cours de sa communication intitulée « *Les images stéréotypées : une chance pour l'éducation à l'égalité entre les femmes et les hommes ?*¹⁷² » en reprenant les photographies¹⁷³ de deux univers enfantins dans lesquels on peut observer une fillette arborant une chambre dans laquelle seul le rose avait sa place (linge de lit, vêtements, accessoires, jouets, produits d'hygiène, etc.) et celle d'un petit garçon largement dominée par le bleu. Mais ces pratiques, connues sous le nom de « *marketing genré*¹⁷⁴ », ne sont pas l'apanage des jeunes enfants. En effet, les publicitaires « *alimentent et confortent, tout au long de la vie, cette socialisation au « féminin » et au « masculin »* » (Détrez, 2015, 56) en présentant les produits et/ou services comme étant destinés à l'un ou l'autre sexe par le biais de leur présentation. Si certains correspondent à des besoins spécifiques (comme les sous-vêtements par exemple), d'autres en revanche posent question. Isabelle Jonveaux (2015) a mis au jour les ficelles du marketing pour « *construire une image de produits devant correspondre à chaque sexe* » à partir de l'exemple des gels douche. En l'absence de mention explicite « *femmes* », « *hommes* » sur les flacons, la suggestion est réalisée au travers des couleurs : « *celui pour femmes (...) présente un flacon rose opaque avec une étiquette dont le texte est exactement le même que celui du produit pour hommes, mais imprimé dans la couleur du flacon (...). Le gel douche pour hommes présente quant à lui un flacon transparent à capsule noire, qui laisse voir un produit vert très clair, presque jaune. L'étiquette reprend ces couleurs jaune et noire* » (Jonveaux, 2015). La présentation des produits

¹⁷² Cette communication a été présentée le 30 octobre 2015 à l'université de Reims Champagne-Ardenne, dans le cadre du colloque international intitulé « *Le genre dans les sphères de l'éducation, la formation et du travail. Mises en image et représentations* ».

¹⁷³ Prises par la photographe sud-coréenne JeongMee Yoon dans le cadre de son projet intitulé The Pink and Blue Project.

¹⁷⁴ Le marketing genré peut être défini comme une stratégie de communication et/ou de vente visant à opérer une distinction entre les filles et les garçons, les femmes et les hommes en s'appuyant notamment sur les constructions sociales ainsi que les attributs normatifs faisant le genre féminin ou masculin.

dédiés à la clientèle « féminine », que ce soit à travers le nom de la gamme, le vocabulaire mobilisé¹⁷⁵ ou ici, les couleurs, est identique à celle des centres de remise en forme réservés aux femmes. En effet, *Lady Fitness* arbore le rose et le blanc, *Lady Moving* le rose et l'orange, *Curves*, le violet tout comme *MC Fitness* et *Fit&Zen*. En s'appropriant et respectant les codes du marketing genré, autrement dit en recourant à des couleurs pensées au féminin, les salles interdites aux hommes tentent d'une part, de se distinguer de leurs concurrents mixtes et d'autre part, de satisfaire les normes de la corporéité, au prix d'une perpétuation des stéréotypes de genre.

2. Des propositions de services spécialement conçues pour les femmes

Pour réussir à se différencier, les salles de fitness unisexes ne semblent pas se satisfaire d'une reproduction des stéréotypes de genre, elles promettent des services spécialement conçues pour les femmes, invitant ainsi à porter notre attention sur ces derniers.

2.1. Ouvrir les possibles pour conquérir toujours plus de client.e.s

La littérature sociologique a déjà mis au jour les stratégies développées par les centres de remise en forme mixtes pour offrir toujours plus de liberté et de diversité à leur clientèle, tentant ainsi de lever les freins à la pratique d'une activité physique (Bessy, 1993 ; Meidani, 2003 ; Mischler et Pichot, 2005). Cependant, au regard des changements permanents qui caractérisent ce secteur d'activité et de l'ancienneté de la majorité des études (Bessy, 1987 ; Travaillot, 1998 ; Pichot, 2003 ; etc.), nous avons souhaité renouveler le questionnement et intégrer dans l'analyse, les salles de fitness unisexes jusqu'alors inconsiderées.

2.1.1. S'implanter pour perdurer : la rentabilité comme leitmotiv

Si on s'attache, en premier lieu, à la situation géographique¹⁷⁶ des entreprises dédiées à l'entretien corporel, on observe une implantation de ces dernières dans les grandes¹⁷⁷ comme les petites villes mais dans des proportions différentes, comme le montre le Tableau 4.

¹⁷⁵ Ces deux éléments ont déjà été développés précédemment.

¹⁷⁶ Sur ce point précis, aucune comparaison ne peut être établie entre les structures mixtes et unisexes dans le sens où nous avons veillé à ce que l'implantation géographique des secondes soit identique à celle des premières comme cela a été mentionné dans le Chapitre 2.

¹⁷⁷ Nous nous sommes appuyée sur les chiffres de l'Insee, publiés en 2015, pour déterminer le nombre

Tableau 4

Implantation géographique des centres de remise en forme enquêtés

Commune	Nombre d'habitants	Salles concernées
Anzin	13 587	<i>Fitness Sun</i>
Armentières	25 066	<i>Curves, Amazonia</i>
Arras	40 721	<i>Curves, Fitness Park</i>
Avelin	2 704	<i>Curves</i>
Béthune	24 995	<i>Curves, Centre aquatique</i>
Boulogne-sur-Mer	42 366	<i>Bodyfit Club, Opal'Form</i>
Calais	75 961	<i>Bodyfit Club, Body Harmony</i>
Cambrai	33 004	<i>Curves, Optimum Gym</i>
Chambly	10 034	<i>Ladyform Fitness, R Gym Boxing</i>
Douai	39 989	<i>Curves, L'Orange Bleue</i>
Douvrin	5 143	<i>Curves</i>
Hallennes-lez-Haubourdin	4 144	<i>Curves</i>
Hazebrouck	21 709	<i>Curves, Capform</i>
Lambersart	27 517	<i>Fitness Pass, Amazonia</i>
Lens	30 413	<i>Curves, L'Orange Bleue</i>
Lille-Lomme-Englos	232 741	<i>Curves, Form'elles, Lady Fitness, Tahiti Gym, Amazonia, Club de gym, Vita form, L'Orange Bleue, Gymstreet</i>
Mouvaux	13 128	<i>Curves</i>
Noeux-les-Mines	12 188	<i>European Fitness</i>
Roncq	13 657	<i>Curves, Gymstreet</i>
Saint Maximin	3 119	<i>Fit&Zen, Fitness Park</i>
Saint-André-lez-Lille	12 336	<i>L'Orange Bleue</i>
Saint Quentin	55 649	<i>Lady Moving, L'Orange Bleue</i>
Soissons	28 410	<i>Lady Moving, L'Orange Bleue</i>
Tourcoing	96 809	<i>Form'en salle</i>
Valenciennes	44 043	<i>Curves, Optimum Gym</i>
Villeneuve d'Ascq	61 920	<i>Curves, Amazonia</i>

Source : Tableau réalisé par Louchet, C. à partir de notre recensement et des données de l'Insee.

Les zones peu densifiées où la population n'excède pas les 6 000 habitants par exemple attirent peu les entrepreneurs de la forme (moins de 10% de notre échantillon), tout comme les communes comptant entre 10 000 et 20 000 habitants (16,66%). Un constat qui résulte d'une application de principes marketing préconisant avant toute implantation la réalisation d'une étude de marché¹⁷⁸. Des précisions que l'on retrouve dans le « *livret d'accueil pour entreprendre la création d'un Centre Lady Moving* » où l'on peut lire que : « *le choix de l'implantation d'un local relève d'une stratégie commerciale qui est déterminante surtout pour les activités de services aux particuliers* » dans le sens où il doit être en adéquation avec la conception du service lui-même (Bessy, 1993). Si une des franchises concurrentes, *Curves*, n'en fait pas, quant à elle, un élément décisif¹⁷⁹, plusieurs gérants précisent avoir tout de même

d'habitants de chaque commune concernée par l'enquête.

¹⁷⁸ Il s'agit de définir les caractéristiques sociodémographiques de la population (sexe, âge, situation familiale, catégorie socio-professionnelle), l'état du marché (présence de concurrents ou non, leurs propositions de services, leur positionnement, etc.). Et dans le cas présent, il peut s'avérer également pertinent d'interroger les habitudes de pratique de la population ciblée, le budget consacré à l'activité physique, notamment. Autant de données qui permettent d'analyser l'environnement avant toute implantation.

¹⁷⁹ Caroline (33 ans), gérante d'un établissement éponyme, y fait allusion au cours de l'entretien.

entrepris une forme de prospection : « *j'ai étudié un peu le nombre d'habitants qu'il y avait, le nombre de femmes qu'il y avait, les catégories d'âges, voir un peu si y avait quand même un marché (...). Et alors, la surprise que j'ai eu aussi, c'est quand j'ai été voir les banques, ils m'ont dit de toute façon avec un Mcdo à côté, vous avez même pas besoin de faire une étude de marché, elle a déjà été faite. Si un Mcdo s'implante c'est qu'il y a du potentiel* ». Le « potentiel » est défini par la zone de chalandise¹⁸⁰, autrement dit le périmètre dans lequel l'entreprise va pouvoir recruter ses client.e.s, et cela s'opère généralement à partir de données kilométriques ou temporelles, mais aussi à partir des données sociodémographiques de la population concernée. La franchise *Lady Moving* a opté pour la seconde option et précise dans son cahier des charges : « *les habitants à prendre en compte sont les femmes qui mettront moins de 15 minutes pour se rendre dans le Centre* ». Dans le cas où le nombre de potentiel.le.s client.e.s au sein de la zone de chalandise apparaît faible, il existe un risque pour le développement¹⁸¹ et la viabilité de l'entreprise car pour qu'un centre de remise en forme atteigne « *la rentabilité, [il faut compter] minimum deux adhérentes par mètre carré, minimum (...). Mais idéalement, pour vraiment bien gagner et optimiser la structure, trois adhérents du mètre carré et ce quelles que soient les surfaces* » selon Rémi (32 ans) l'un des gérant.e.s interrogé.e.s. Ainsi, il n'est pas surprenant de constater que plus le nombre d'habitants est faible, plus le nombre de structures de remise en forme s'amenuise. Au regard des données recueillies, il semblerait que les villes de plus de 20 000 habitants soient les plus dotées en installations privées marchandes de cette nature (environ 74% d'entre elles). Cela est confirmé par les préconisations émises par plusieurs franchises réservées aux femmes : « *pour les Lady Moving trois pôles, [dotés d'un pôle accueil et boutique, d'un pôle circuit minceur ainsi que d'un pôle coach partenaire et vibroplate], la zone de chalandise doit être de minimum 30 000 habitants. Pour les Lady Moving cinq pôles [qui disposent en sus de ceux précédemment cités d'un pôle studio vidéo training et d'un pôle Spa et Sun], elle doit être supérieure ou égale à 50 000 habitants* » ; quant à *Curves*, elle a opté pour un seuil intermédiaire de 40 000 habitants. En affinant l'analyse, on constate que ce n'est pas seulement le choix de la commune qui importe mais également la situation par rapport à celle-ci. Les centres villes¹⁸² sont les plus

¹⁸⁰ Cette zone peut être plus ou moins étendue selon le secteur d'activité, les produits et services proposés, etc. Sur le marché de la forme, elle se veut circonscrite à quelques kilomètres tout au plus et dépend de l'implantation géographique (urbaine ou rurale) ainsi que de la concurrence présente sur un périmètre donné.

¹⁸¹ Selon une gérante interrogée, la franchise s'opposerait même à l'ouverture d'un établissement en cas de non-respect des critères imposés.

¹⁸² Derrière cette dénomination, nous entendons une implantation en ville (intramuros) et excluons de fait la périphérie.

convoités par les salles enquêtées (31 sur 54¹⁸³), et ce bien avant les zones commerciales et/ou d'activités (12 sur 54) ou encore industrielles (7 sur 54), malgré les frais que cette implantation comporte. Car bénéficier d'un emplacement de choix va de pair avec l'augmentation des loyers, un coût supplémentaire qui vaut la peine selon cette dirigeante « *je pense qu'il faut pas rechigner à payer 200, 300 euros de plus sur son loyer* » (Caroline, 33 ans), même si cela implique un seuil de rentabilité plus élevé et donc, un nombre d'adhérentes plus important.

2.1.2. Une pratique physique (sans)contrainte dans le temps

Si l'on s'intéresse à l'accessibilité temporelle maintenant, nos résultats coïncident avec ceux qui ont travaillé antérieurement sur la question : les salles de remise en forme mixtes proposent des horaires d'ouverture élargis. La possibilité est donc offerte à leurs abonné.e.s de venir s'adonner à leur pratique d'entretien corporel sans aucune restriction ou presque. Dix-huit structures sur les vingt-sept garantissent en effet à leur clientèle un accès quotidien en continu trois cent soixante-cinq jours par an, la plupart du temps de six à vingt-trois heures et pour certaines, plus rares, vingt-quatre sur vingt-quatre. Les huit restantes¹⁸⁴ gardent portes closes uniquement lors de la traditionnelle journée de repos dominical. Ainsi, en minimisant les contraintes temporelles, ces entreprises espèrent « *satisfaire le plus grand nombre de demandes atomisées* » (Meidani, 2003, 271). Une tendance qui n'est pas de mise au sein des centres unisexes accessibles uniquement en semaine, du lundi au vendredi, pour neuf des vingt-sept établissements de la région. Et ce choix est totalement assumé par les responsables qui insistent, au cours de l'entretien, sur le fait qu'il.elle.s ne souhaitent pas travailler le week-end, s'octroyant le droit de profiter d'une vie personnelle et/ou familiale deux jours durant, comme Mégane et Mélanie (32 et 28 ans, gérantes et encadrantes) : « *on ne repart pas avec du boulot à la maison et on fait une réelle pause le samedi et le dimanche, on n'emmène rien et on ne vient pas. On passe énormément de temps sur la semaine ici, [ce n'est] pas pour revenir le week-end* » ou encore Thibaut (46 ans, gérant) « *nous, (...) on sera jamais ouvert le samedi (...) mais on leur propose d'aller dans d'autres clubs* » sachant que d'autres structures appartenant à ce réseau franchisé ouvrent leurs portes une matinée supplémentaire au cours du week-end¹⁸⁵, comme près de la moitié des salles réservées aux femmes en activité dans la région (14/27¹⁸⁶).

¹⁸³ Nous ne pouvons renseigner cette information pour quatre établissements.

¹⁸⁴ Un établissement ne renseigne pas cette information sur les supports de communication étudiés.

¹⁸⁵ Pour rappel (cf. Chapitre 2), les adhérentes peuvent accéder à l'ensemble des structures de l'enseigne sous présentation du « *pass voyage* ».

¹⁸⁶ Quatre exceptions demeurent en proposant une ouverture sept jours sur sept, mais ces établissements sont en

Ce mode de fonctionnement contraste avec celui observé au sein des structures mixtes. Et cela est d'autant plus saisissant une fois que l'on compare les amplitudes horaires proposées. En effet, les salles de fitness démixées ont majoritairement (19/27) opté pour des journées réduites d'une part, - le rideau se lève entre huit heures trente et neuf heures trente selon les structures et se baisse aux environs de vingt heures - et discontinues d'autre part, puisqu'une cessation d'activité, comprise entre deux et trois heures, est observée quotidiennement l'après-midi. Une manière de faire qui apparaît à contrecourant des tendances du marché de la forme. Et cela n'a pas échappé aux adhérentes, « *le seul truc qui m'avait freiné, j'ai mis deux ans à m'inscrire et ça aurait été bien, c'est que c'est fermé à partir du samedi midi. (...) C'est vrai que c'est une contrainte*¹⁸⁷ ». D'ailleurs, nombreuses étant celles qui réclament un élargissement des créneaux horaires comme l'explique Nadège (40 ans, gérante) : « *on n'est pas ouvert sur un créneau très large non plus, donc j'ai beaucoup, c'est vrai que j'ai quand même pas mal de personnes qui disent 'bah oui mais vous êtes pas ouverts quand je travaille pas'* ». Si de rares établissements interdits aux hommes accèdent aux demandes de leurs clientes en proposant par exemple une ouverture en « *accès libre pour les femmes qui veulent s'entraîner aux heures creuses c'est-à-dire tôt le matin, tard le soir, en milieu d'après-midi, également le week-end. Voilà, c'était un petit peu mon créneau pour offrir plus de libertés aux femmes qui ont une vie professionnelle et/ou familiale* » (Sylvain, 46 ans, gérant), la grande majorité des salles enquêtées s'y refusent. Ces dernières justifient leur planning millimétré par le manque de fréquentation à certains moments de la journée en s'appuyant sur l'expérience de leur concepteur, comme le précise Pascal (50 ans, gérant) : « *la franchise... [Lady Moving, qui] a l'expérience aussi des plages horaires creuses ou abondantes et, et recommande un planning d'ouverture en fait* ». Les documents internes à la franchise, auxquels nous avons eu accès, vont également en ce sens et précisent « *en général, les lundis, mardis, jeudis et vendredi, le centre est ouvert de 9 heures à 20 heures. Le mercredi, il fonctionne de midi à 20 heures et le samedi de 9 heures à 13 heures. Le fait d'être fermé à la clientèle le mercredi matin structure le fonctionnement du centre et de l'équipe Lady Moving* » ou encore Sonia, (35 ans, gérante et encadrante) « *normalement on doit ouvrir [de] 9h30-13h30 [et de] 15h30-19h. Voilà, on doit faire ça* » dans un centre *Curves*. Certains ajustements sont tout de même possibles mais ils demeurent à la marge dans le sens où cela engendre des coûts supplémentaires que tous les

libre-service.

¹⁸⁷ Au cours de l'entretien mené avec Romain (22 ans, encadrant), une cliente venue pratiquer, s'est arrêtée quelques minutes et s'est vue compléter les réponses de l'encadrant et/ou partager son expérience personnelle. Sa remarque faisant écho à d'autres propos, elle a trouvé sa place dans le corps du texte.

établissements ne sont pas en mesure de supporter. Et c'est d'ailleurs la rentabilité financière qui incite largement ces professionnel.le.s à optimiser les temps d'ouverture comme l'explique Camille (33 ans) gérante d'une salle indépendante : « *au début (...) j'ai ouvert du matin 9 heures [à] 21 heures. Je me suis rendue compte que ça servait strictement à rien, tu dépensais beaucoup plus d'argent, déjà en termes de, de personnel, euh électricité, de temps aussi (...) et t'as peut-être deux personnes par heure qui viennent et c'est pas rentable. Donc j'ai fermé l'après-midi* ». L'argument économique, déjà décisif dans le choix de l'implantation géographique des salles de fitness réservées aux femmes, occupe là encore une place centrale s'agissant de la définition des heures d'ouverture, invitant désormais à nous pencher sur leur tarification.

2.1.3. Un tarif et des prestations à la hauteur du recrutement social des client.e.s

Pour subsister dans un secteur d'activité hautement concurrentiel, les structures dédiées à l'entretien corporel se distinguent par leur politique tarifaire. On peut distinguer trois types de positionnement.

Les salles orientées sur le haut de gamme : parmi les établissements enquêtés, aucun ne peut prétendre à cette première catégorie qu'ils s'agissent de salles mixtes ou unisexes. Il faut dire qu'elles sont relativement rares car leurs propositions de services sélectifs s'accompagnent d'une prise en charge individualisée, totale et personnalisée et ces prestations sont principalement offertes en région parisienne et réservées à une clientèle aisée - telles que les personnalités du petit ou grand écran, les femmes et hommes politiques, les cadres de grandes entreprises, etc. - qui s'acquittent de droits d'entrée d'un minimum de 1 500 euros pour le *Klay* ou 3 000 euros pour le *Ken Club* par exemple.

A l'opposé, viennent les salles dites *low-cost*, qui ont connu un développement croissant ces dernières années en affichant un prix d'appel avoisinant les 350 euros pour un abonnement annuel auxquels il convient parfois d'ajouter des frais d'inscription compris entre 20 et 50 euros, comme le montre le [Tableau 5](#).

Tableau 5

Tarifs pratiqués par les salles de fitness *low-cost* enquêtées

Nom de l'organisation	Nombre d'établissement	Prix d'un abonnement annuel	Frais d'inscription demandés
<i>Body Harmony</i>	1	338€	0€
<i>Capform</i>	1	348€	Non renseigné
<i>European Fitness</i>	1	349€	50€
<i>Fitness Park</i>	2	Entre 350 et 360€	Entre 20€ et 50€

<i>Gymstreet</i>	2	320€	50€
<i>Opal'Form</i>	1	360€	Non renseigné
<i>Optimum Gym</i>	2	360€	Non renseigné
<i>Fitness Pass</i>	1	360€	20€
<i>Form'elles</i>	1	360€	Non renseigné
<i>Lady Form Fitness</i>	1	360€	Non renseigné
<i>Tahiti Gym</i>	1	360€	Non renseigné

Source : Tableau réalisé par Louchet, C. à partir des données extraites du logiciel *Sphinx*.

En optant pour une telle formule, le.a client.e peut bénéficier d'une ouverture sept jours sur sept, de six heures à vingt-trois heures, d'un matériel intégrant les dernières nouveautés technologiques sur des surfaces comprises entre 1 000 et 2 000 mètres carré. Seule concession faite par ces entrepreneur.se.s du corps et de la forme, la masse salariale est réduite et les encadrant.e.s sont soit présents pour animer uniquement les cours collectifs ou lors des heures de grande affluence, soit absents quand ces derniers sont proposés uniquement sur vidéos, laissant l'établissement en libre-service¹⁸⁸ la plupart du temps. Parmi les structures enquêtées, dix sur les vingt-sept¹⁸⁹ se sont ainsi positionnées à l'image de *Fitness Park*, *Gymstreet*, d'*Optimum Gym* ou de *Body Harmony* pour n'en citer que quelques-uns. Sur ce créneau, les salles de remise en forme réservées aux femmes apparaissent plus frileuses. Seuls trois¹⁹⁰ établissements (*Fitness Pass*, *Form'elles* et *Tahiti Gym*) proposent de telles prestations dans des espaces qui se veulent néanmoins plus exigus et « intimistes », nous y reviendrons au cours du Chapitre 4. La tarification reste, quant à elle, équivalente, soit moins d'un euro par jour. Une formule qui demeure malgré tout rentable selon Romain (32 ans), un gérant interviewé : « *la remise en forme, c'est devenu quasiment gratuit pour celui qui consomme son abonnement, [pour les] gens qui viennent tous les jours s'entraîner une heure et demie, après ils prennent une douche, ils prennent un café Nespresso qui est gratuit [mais qui comporte un coût pour le responsable s'élevant] à 33 centimes la dosette* ». Et toute la nuance est là, ce constat vaut pour les pratiquant.e.s réguliers car dans les faits « *on sait très bien que la personne qui va signer son contrat, y a deux chances sur trois pour qu'au bout d'un mois elle ne vienne plus chez nous* » et cela tient, selon lui, au fait que « *quand vous êtes gestionnaire de club de remise en forme, on vend pas du sport, on vend de la bonne conscience* ». Ainsi, si on lit entre

¹⁸⁸ L'entrée dans l'établissement se faisant alors par le biais d'une carte d'accès.

¹⁸⁹ Une certaine opacité demeure sur les tarifs pratiqués par plusieurs structures. En effet, ces informations ne sont pas renseignées pour quatre des vingt-sept établissements mixtes enquêtés. Jointés par téléphone, ils n'ont pas souhaité nous en dire davantage.

¹⁹⁰ Parmi les salles réservées aux femmes positionnées sur le milieu de gamme, on compte également deux établissements partiellement en libre-service.

les lignes, on comprend que ces structures réalisent la majeure partie de leur chiffre d'affaire grâce à des individus engagés par le biais d'un abonnement mais qui ne pratiquent pas.

Le jeu de la concurrence faisant, les salles *low-cost* doivent composer avec les propositions de services offertes par celles positionnées sur ce qui pourrait constituer le milieu de gamme. Si en apparence, nombre de similitudes les rapprochent en termes de superficie, de matériel, d'activités, ces dernières parviennent à se distinguer en proposant une gamme plus élargie de cours collectifs chorégraphiés ou non, des services annexes de restauration, d'esthétique, de diététique, etc., et surtout, en mettant à disposition de leurs client.e.s, du personnel pour les accueillir, les encadrer, les conseiller tout au long de leur séance sur le plateau de musculation, dans l'espace *cardio-training* ou dans l'espace dédié aux cours. Les abonnements sont compris entre 500 et 800 euros pour une durée de douze mois. Un modèle privilégié à la fois par les centres mixtes (13/27) et unisexes (23/27) de notre corpus, comme le montre le Tableau 6.

Tableau 6

Tarifs pratiqués par les salles de fitness positionnées sur le milieu de gamme

Nom de l'organisation	Nombre d'établissement	Prix d'un abonnement annuel	Frais d'inscription demandés
<i>Amazonia</i>	4	480€	95€
<i>Club de gym</i>	1	720€	0€
<i>L'Orange Bleue</i>	7	415€	Non renseigné
<i>Vitaform</i>	1	468€	0€
<i>Curves</i>	16	Entre 538€ et 598€	Entre 149 et 199€
<i>Bodyfit Club</i>	2	Entre 420 et 540€	Oui mais non renseigné
<i>Fit&Zen</i>	1	407€	0€
<i>Fitness Sun</i>	1	399€	0€
<i>Lady Fitness</i>	1	598€	99€
<i>Lady Moving</i>	2	590€	149€

Source : Tableau réalisé par Louchet, C. à partir des données extraites du logiciel *Sphinx*.

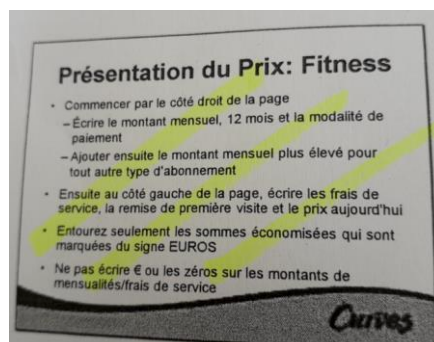
Ces derniers demeurent réticents à communiquer sur ce point. En effet, les établissements interdits aux hommes entretiennent une culture « du secret », sur leur site *Internet* ou leur page *Facebook*, quant aux modalités d'inscription, aux types d'abonnement proposés, aux montants, exception faite des salles *Bodyfit Club* et *Fit&Zen*. Les demandes d'informations réalisées par téléphone n'aboutissent pas davantage, il faut dire que les consignes sont claires « *ignorer* [les demandes de tarifs] *et continuer avec le script* [sans] *jamais dire 'nous ne donnons pas de prix par téléphone'* ¹⁹¹ », encourageant ainsi les potentielles clientes à accepter un rendez-vous au

¹⁹¹ Ces informations apparaissent dans les documents internes de la franchise *Curves*. Il convient cependant de préciser que cette opacité sur la tarification et cette manière de faire ne sont pas propres à cette franchise mais également le fait de ses concurrents *Lady Fitness* et *Lady Moving* notamment. Nous avons d'ailleurs pu l'expérimenter par nous-même à plusieurs reprises.

sein de la structure avec l'un.e des membres du personnel. Des instructions intégrées et appliquées par les encadrant.e.s, comme en témoignent les propos de Robin (23 ans), « *les tarifs, tu dois pas répondre. La majorité des adhérentes prennent un tarif à 49 euros par mois, si elle te l'a demandé trois fois, il faut que tu lui dises ça (...). Et puis il n'y a rien d'écrit nulle part* ». Car avant de renseigner les clientes sur cet aspect, les professionnel.le.s ont, le jour J, « *toute une procédure de vente à étaler justement (...). C'est pour ça qu'on met pas en avant notre tarif. Y a pas de pub sur nos tarifs (rires)* ». Cela consiste notamment à expliquer le concept, les services proposés afin que le prix « *passé un peu plus. Ils savent pourquoi c'est quarante-quatre, même si c'est pas forcément leur budget, elles savent pourquoi c'est ce prix-là en fait. Par rapport au service tout court, elles ont quand même un programme entraînement qui est établi, elles savent ce qu'il faut faire, du matériel conçu pour elles (...) et le coach quoi, elles ont des bilans tous les mois pour voir leurs résultats, chose qui y a pas ailleurs. C'est pas un truc où vous allez payer vingt euros ou trente euros par mois où vous allez avoir ça. C'est pas comparable* » précisent deux responsables (Emeline et Jessy, 34 et 32 ans). Et pour tenter de lever les dernières objections/inhibitions, que peut engendrer l'annonce des tarifs, d'autres stratégies commerciales ont été mises en place. La première consiste à ramener le coût à la séance de remise en forme. Sachant qu'il est recommandé par ces structures de réaliser trois « *entraînements* » par semaine, il convient de diviser les 44,90 euros dus mensuellement par les douze visites théoriques, ainsi on constate que le coût de revient pour une séance en leur sein est de 3€74. Présenté ainsi, « *c'est pas très très cher* » pour citer Nadège (40 ans, gérante). La seconde réside également dans l'approche, comme le montre la Photographie 8.

Photographie 8

Présentation de la tarification



Source : Photographie d'un document interne de la franchise Curves.

Ainsi, on comprend que pour arriver « *à faire avaler, on va dire à certaines personnes, à faire digérer* » cette tarification élevée, pour reprendre cette même responsable, certaines astuces

sont mobilisées telles que montrer les « économies » réalisées grâce aux différentes remises commerciales, inscrire uniquement les nombres sans le symbole euro, omettre les zéros, etc. Un modèle type (cf. Annexe 10) est joint aux recommandations présentées ci-dessus afin de montrer concrètement la manière dont il convient de procéder pour minimiser les refus liés aux montants des frais d'inscription ainsi qu'à l'abonnement lui-même. Cette technique de vente n'est pas infaillible reconnaissent ces gérantes « *on a vraiment beaucoup de mal, beaucoup de mal sur, sur, sur les tarifs* » (Nadège, 40 ans) ; « *les femmes sont très regardantes sur le prix, elles vont souvent au moins cher mais on peut pas réduire les prix* » ; « *il y a forcément des ventes qui sont pas conclues à cause du prix, ça c'est sûr, c'est sûr mais bon* » (Dominique, 58 ans), mais elle semble tout de même porter ses fruits puisqu'elle convainc nombre d'abonnées. Egaleme nt interrogées sur ce point, les pratiquantes s'accordent majoritairement à dire que « *c'est quand même pas donné. Donc, c'est vrai que c'est quand même un investissement, ce n'est pas donné à tout le monde non plus* » (Marylène, 53 ans, professeure des écoles), « *c'est un budget. Donc c'est pour ça aussi, j'avais dit : mais nan, attention, tu t'inscris ok, mais t'y vas quoi (...) si c'est pour t'inscrire et payer dans le vent c'est pas la peine* » (Solène, 42 ans, assistante maternelle), « *quarante-quatre euros par mois euh, ça fait quand même un budget. Et je sais qu'y en qui viennent pas ici à cause du budget* » (Paula, 63 ans, retraitée). Une somme conséquente, selon leurs dires, qui l'est d'autant plus en comparaison des tarifs affichés par les centres mixtes, comme nous l'expliquent ces pratiquantes interrogées.

Encadré 7

Extraits d'entretiens avec les clientes des établissements unisexes

- Solange (44 ans, assistante maternelle) : « *par rapport à l'Orange Bleue, par rapport au coût, c'était à volonté, ça m'a un peu rebuté (...) plus les frais d'inscription (...) c'est énorme, quoi* »,
- Stéphanie (45 ans, psychologue) : « *je trouvais ça cher dans le sens où bah ouais c'est une somme heu, Basic fit, eux, ils ont proposé des prix d'appel heu... beaucoup moins cher. (...) Je pense que si elle était plus chère, j'y serais pas allée hein, je pense que quarante euros avec le coaching, c'est, pour moi c'était la limite* »,
- Sylvie (47 ans, comptable) : « *c'est le prix qui est plus élevé, quand même* »,
- Hélène (28 ans, infirmière) : « *pour parler honnêtement, moi, je suis à trente-neuf euros par mois. Donc c'est quand même une petite somme, contrairement au passé (...) par rapport à ce que je payais avant, ou je payais presque deux fois moins cher* ».

Ces femmes ne s'y trompent pas puisqu'en moyenne il faut déboursier 523€13¹⁹² pour un engagement de douze mois dans un centre de remise en forme unisexe positionné sur le milieu de gamme contre 429€50 dans un établissement accueillant une clientèle hétérosexuée, auxquels doivent également s'ajouter des frais d'inscription plus élevés. Un écart significatif qui interroge, invitant à comparer les propositions de services de part et d'autres.

2.2. Diversification *versus* spécialisation : quand les salles de remise en forme font le grand écart

Les études menées par Lilian Pichot (2003, 84) au sein des centres mixtes ont mis au jour des motivations diverses quant au choix de pratiquer une activité d'entretien corporel : « *s'entretenir (au sens de conserver la forme), perdre du poids, sculpter son corps, se préparer physiquement en complément d'une autre activité sportive, se renforcer musculairement, prévenir le vieillissement, établir des relations sociales durables* ». Afin de satisfaire les attentes variées de leur clientèle, les salles de fitness ont depuis longtemps (Bessy, 1987 ; Bessy, 1993) misé sur des propositions de services sportifs et non sportifs hétéroclites qu'il convient désormais d'analyser en tenant compte de leur positionnement.

2.2.1. Le cardiotraining sous toutes ses formes

Parmi le panel d'activités proposées par les centres de remise en forme, on retrouve des « *standards* », pour reprendre l'expression employée par Sarah Mischler et Lilian Pichot (2005, 244), que sont la mise à disposition d'espace *cardio-training*, de plateaux de musculation ou encore la proposition de cours collectifs. Si on s'intéresse tout d'abord au *cardio-training*, on constate qu'il fait l'unanimité au sein des établissements mixtes enquêtés (27/27), chacun d'eux disposant d'un espace dédié à cet effet ; qui comprend *a minima* plusieurs tapis de course, vélos, vélos elliptiques, rameurs, steppers ; dotés d'une technologie avancée. Ainsi, les adhérent.e.s peuvent régler les paramètres en fonction de leur objectif (pente, résistance, etc.), consulter en temps réel des données ayant trait à leur performance (intensité, rythme, répétitions, durée, distance, etc.) ou encore disposer d'informations d'ordre physiologique (fréquence cardiaque, calories brûlées par exemple). En somme, grâce à ce matériel, chaque pratiquant.e est en mesure « *de programmer son entraînement, seul et sans risque, en fonction de ses objectifs et de ses*

¹⁹² Nous avons calculé cette moyenne en prenant comme référence l'abonnement annuel le moins cher pratiqué par ces établissements.

capacités physiologiques, d'évaluer ses résultats et d'autorégler en permanence son effort » (Bessy, 1993, 235). Un parc d'équipements qui représente un coût, et non des moindres pour les entreprises, au regard du nombre de machines (pouvant dépasser les soixante-dix) et des grandes marques qui les fournissent¹⁹³. Du côté des structures unisexes, les résultats diffèrent puisque seul un tiers d'entre elles (10/27) sont équipées en conséquence, à l'image de l'ensemble des salles indépendantes *Form'elles*, *Fitness Pass*, *Fitness Sun*, *Bodyfit Club*, *Ladyform fitness* ou encore *Fit&Zen* et plusieurs franchisées comme *Tahiti Gym*, *Lady Moving*¹⁹⁴ (cf. Photographie 9).

Photographie 9

Espace *cardio-training* d'un centre de remise en forme réservé aux femmes



Source : Photographie issue du site internet de *Form'elles*.

Majoritairement, ces équipements sont, à l'image de leurs homologues mixtes, en libre accès mais deux établissements tendent à se distinguer en circonscrivant leur usage au seul échauffement pour *Fit&Zen* et en intégrant leurs deux machines au *circuit-training* limitant leur utilisation à trente secondes par tour réalisé, pour *Lady Fitness*. De plus, l'investissement n'est en rien comparable à celui précédemment décrit, le nombre de postes de travail étant réduit (seize machines recensées au maximum) au regard des surfaces commerciales dont ils disposent.

¹⁹³ Parmi les salles enquêtées, on retrouve des marques internationales telles que *Technogym*, *Hammer Strenght*, *SportsArt*, *Cybex*, etc. Une certaine opacité demeure quant à leur tarification, exception faite de *Technogym* qui affiche les montants de quelques-uns de ces équipements sur son site internet : pour un tapis de course, il faut par exemple compter entre 3 250 euros, tarif correspondant à l'entrée de gamme, et 13 500 euros ; pour un vélo elliptique, entre 3 590 et 12 500 euros. L'un des gérant.e.s interviewé.e.s, proposant du matériel dédié au cardio-training, le précise : « le tapis sur lequel je suis, c'est 6 000 euros à peu près. C'est pas la pub que vous allez voir chez Décathlon » (Rémi, 32 ans, gérant).

¹⁹⁴ La structure *Lady Moving* ne dispose que de quelques machines dédiées au *cardio-training*.

2.2.2. *Le fitness ou la force du collectif*

Suite au succès puis au déclin de l'aérobic lors de la première moitié des années 80, une autre proposition de service est devenue incontournable au sein des salles de remise en forme : les cours collectifs. Nos résultats ne le démentent pas puisque vingt-quatre¹⁹⁵ établissements mixtes et vingt-deux structures unisexes proposent des cours chorégraphiés et/ou non chorégraphiés sur vidéos ou animés par des professionnel.le.s. Mais force est de constater qu'à chaque époque, ses activités « phares », imposant aux entrepreneur.se.s du corps et de la forme de renouveler régulièrement leurs propositions de cours. Pour être au plus près des tendances lourdes du marché et ainsi satisfaire leur clientèle, plusieurs clubs (17/27 réservés aux femmes contre 7/27¹⁹⁶ centres mixtes) ont fait le choix d'investir dans des licences de marque tels que *Zumba Fitness* ou *Les Mills*¹⁹⁷, en contrepartie desquelles ils obtiennent des contenus de cours sur fond musical prêts à l'emploi, renouvelés régulièrement et supposés se décliner selon l'âge des pratiquant.e.s, l'intensité, le niveau de pratique et les éléments matériels. Ces cours collectifs thématiques, vendus clés en main, requièrent le suivi scrupuleux d'un cahier des charges. Dès lors, le processus de création pour les « instructeur.rice.s¹⁹⁸ » se veut limité, dans le sens où les mouvements comme les musiques sont codifiés par la marque elle-même amenant inévitablement à une standardisation des contenus. Un choix assumé, qui se voudrait « rassurant pour le pratiquant » initié, lui permettant ainsi de réaliser ses efforts de manière éclairée (Charissou¹⁹⁹, 2019, 32).

Les établissements ne recourant pas aux services d'une licence de marque, tels que l'*Orange Bleue* ou *Optimum Gym* pour ne citer qu'eux, ne sont pas pour autant dépourvus de cours collectifs, ils proposent des cours dits *freestyle*²⁰⁰. Finalement, quelles que soient les options

¹⁹⁵ Sachant que deux établissements de la franchise *Amazonia* ne renseignent pas cette information et qu'une structure ne propose aucun cours.

¹⁹⁶ Parmi elles, onze salles ne mentionnent pas précisément si elles ont recours à une licence de marque pour leurs cours collectifs. Plusieurs salles utilisent des appellations protégées, dans le sens où elles sont détenues par *Zumba* ou *Les Mills*, mais sans jamais mentionner si elles sont bel et bien détentrices d'une licence d'exploitation. L'utilisation abusive de ces termes ayant déjà été observée, nous demeurons prudente à ce sujet.

¹⁹⁷ Ces marques ont déjà fait l'objet d'une description dans le [Chapitre 1](#). Nous pouvons néanmoins ajouter que ce type de service représente un coût non négligeable, selon les dires de certain.e.s professionnel.le.s, cependant nous ne sommes pas mesure d'évaluer à combien il s'élève puisque *Les Mills* ou encore *Zumba* ne communiquent pas leurs tarifs.

¹⁹⁸ Les professionnel.le.s de fitness diplômé.e.s *Zumba Fitness* ou *Les Mills* sont nommés ainsi par ces mêmes marques.

¹⁹⁹ Lise Charissou a étudié au cours de son travail doctoral les dispositions individuelles et professionnelles acquises par les professeur.e.s de fitness *Les Mills*.

²⁰⁰ Cette appellation est mobilisée pour désigner tous les contenus de cours créés par les professionnel.le.s eux-mêmes.

retenues (licences de marque ou *freestyle*, sur vidéos ou animés par un.e encadrant.e), ils demeurent une valeur sûre pour les centres de remise en forme. La diversité des cours et les volumes horaires, (cf. Tableau 7) leur étant consacrés sont là pour en témoigner.

Tableau 7
Cours (non)chorégraphiés dispensés

Nom de l'organisation	Nombre de cours non chorégraphiés	Nombre de cours chorégraphiés	Nombre d'heures
<i>Capform</i>	11 cours différents	1 cours	18 heures
<i>Gymstreet</i>	6 cours différents	Non renseigné	100 heures
<i>Body Harmony</i>	11 cours différents	1 cours	23 heures
<i>Centre aquatique</i>	15 cours différents	1 cours	30 heures
<i>European Fitness</i>	11 cours différents	2 cours différents	21 heures 30
<i>R Gym Boxing</i>	9 cours différents	Non renseigné	35 heures
<i>Optimum Gym</i>	9 cours différents	3 cours différents	15 heures
<i>Club de gym</i>	15 cours différents	1 cours	62 heures
<i>Curves</i>	7 cours différents	1 cours	4 heures 30
<i>Bodyfit Club</i>	12 cours différents	2 cours	24 heures
<i>Fit&Zen</i>	10 cours différents	1 cours	22 heures 30
<i>Lady Forme fitness</i>	10 cours différents	3 cours différents	16 heures
<i>Lady Moving</i>	8 cours différents	3 cours différents	Non renseigné
<i>Tahiti Gym</i>	3 cours différents	1 cours	10 heures

Source : Tableau réalisé par Louchet, C.

Parmi les propositions de cours observées, il est possible de les catégoriser selon trois types : celles dédiées au renforcement musculaire connues sous le nom de *Body Pump* (ou *Y fit Pump*, *Yako pump*), *Body Barre*, *Body basic*, *CXwork*, *TRX*, *Bootcamp*, *abdos flash*, *taille-abdos-fessiers* ; celles faisant essentiellement travailler l'aspect cardiovasculaire tels que le *Body Cardio*, *Step*, *aérobic*, *LIA*²⁰¹, *Y fit jump*, *Super cardio* ; et pour finir les activités dites douces comme le *Yoga*, *Stretching*, *Pilates*, *Yako détente*, *Yako attitude*, *Body Balance*, *Fit balance*. Comme dans les années 1980 (Bessy, 1987, 1993), des pratiques hybrides ont vu le jour récemment dans le monde du fitness. Dans les faits, cela se traduit par des associations de pratique. Par exemple, les cours de *Body Combat*, *U-fight*, *Body basic box*, *Keetle box*, *step boxing*, *cardio fight*, *aérobic*, *fit&fight*, *Body Self défense* combinent des mouvements empruntés aux arts martiaux au fitness ; le *RPM*²⁰², *biking*, *run and bike* sont des programmes de cyclisme en salle sur fond musical ; ou encore la *Zumba fitness* qui propose des mouvements chorégraphiés inspirés des danses latines associés à ceux du fitness. Si les activités offertes

²⁰¹ *Low Impact Aérobie* autrement dit de l'aérobic à faible impact pour le traduire littéralement.

²⁰² RPM signifie Round per minute, autrement dit le nombre de tours réalisés par minute écoulée.

évoluent selon les époques, la création d'hybridations entre différentes pratiques constitue quant à elle une forme de permanence.

2.2.3. Des espaces dédiés à la prise de masse

Pour finir, il convient de nous intéresser à l'espace musculation (cf. Photographies 10) pour lequel il existe une réelle dichotomie en fonction du positionnement affiché. Si, très majoritairement (26/27), les établissements mixtes mettent à disposition de leurs client.e.s un plateau de musculation, pouvant atteindre jusqu'à soixante-quinze postes de travail²⁰³, ils sont quasi-inexistants (2/27) dès lors que la clientèle n'est constituée que de femmes.

Photographies 10

Espace musculation d'une salle réservée aux femmes et d'un centre mixte



Sources : La première photographie a été prise par Louchet, C. dans la salle unisexe *Bodyfit Club* et la seconde est issue du site internet d'*Optimum Gym*.

Cela s'explique notamment par le fait que cette activité et l'espace dédié à cet effet renvoient, aujourd'hui encore, « à un territoire masculin très marqué et fermé, où les non-initiés et les femmes sont difficilement acceptés » (Meidani, 2005, 126)²⁰⁴. Au regard de l'étude menée par Jim McKay et Suzanne Laberge (2006, 246), on comprend que la présence et la réussite des femmes - par l'acquisition d'aptitudes typiquement attribuées aux hommes - dans certaines disciplines sportives, à l'image du culturisme, viennent menacer l'ordre genré établi et ainsi « l'ascendance biologique des hommes ». En interdisant l'adhésion aux hommes, on aurait pu imaginer que l'accès à l'activité musculation aurait été facilité. Et pourtant, il n'en est rien puisqu'elle n'est que rarement proposée dans les entre-femmes investigués ; une absence qui participe à la reproduction des stéréotypes de genre et qui perpétue l'idée selon laquelle cette

²⁰³ On retrouve notamment des bancs de développé-couché, des bancs déclinés et inclinés, des haltères, des *rowing*, des cages à poulie et à squats, pour ne citer que quelques exemples.

²⁰⁴ Un constat qui perdure car déjà en 1998, Catherine Louveau l'avait montré.

discipline ne se conjugue pas au féminin. Les établissements *Bodyfit Club* font néanmoins figures d'exception à ce sujet, il faut dire que le gérant et créateur de ce concept a une vision singulière²⁰⁵ de ce que doit être la remise en forme « *c'est fini les clubs féminins de mères où on te fait faire le circuit minceur, on te bouscule un petit peu ton petit cul (...). Vous devez avoir une vraie salle de musculation comme les mecs, parce que vous en avez besoin. (...) On est les premiers clubs pour femmes où on va arrêter de vous prendre pour des connes, [et] on va vous dire que vous avez besoin de travailler en musculation comme un homme* » (Christian, 45 ans, gérant). Mais c'est un fait, les femmes ne cherchent pas à franchir des paliers toujours plus importants et à soulever des charges sans cesse plus lourdes (Meidani, 2005), elles privilégient encore les activités orientées sur l'entretien corporel et/ou les critères esthétiques (Louveau, 1998, 50-51) en vue « *d'affiner leur silhouette [de réduire] les excédents adipeux [et] de combattre le ramollissement musculaire* » (Meidani, 2005, 127). En somme, elles tentent de travailler leur apparence corporelle selon les attendus normatifs qui définissent la féminité. Comme ils apparaissent incompatibles avec la pratique de la musculation, cette activité demeure boudée par la majorité des femmes adeptes du fitness qui craignent de prendre en volume musculaire, caractéristique physique typiquement attribuée à la masculinité et la virilité. Les salles de remise en forme démixées ont donc parié sur une proposition de service distinctive.

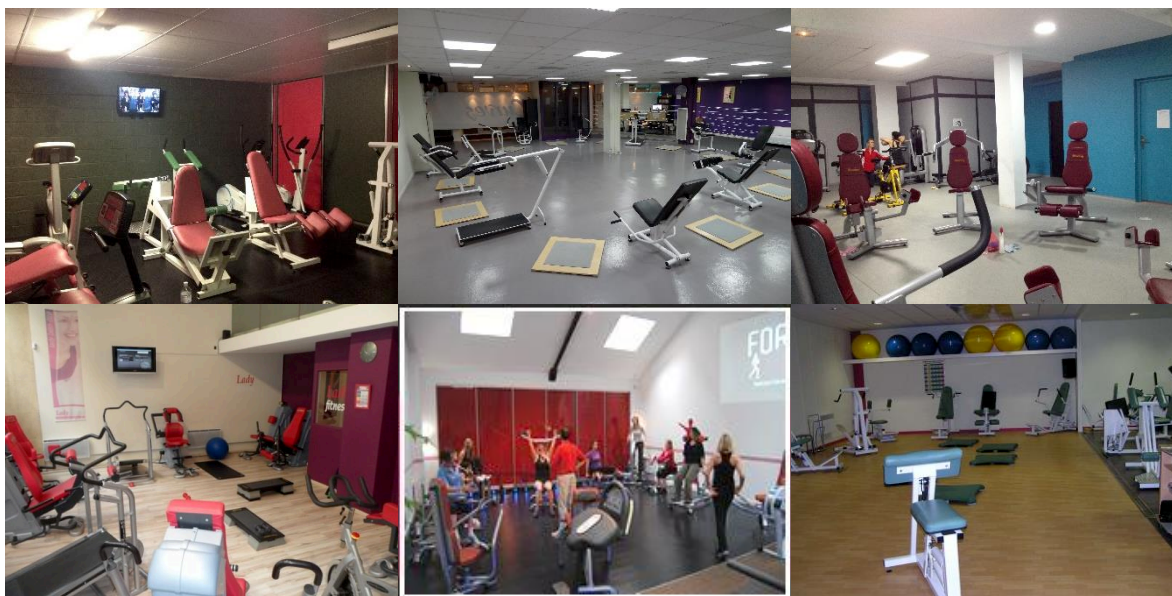
2.2.4. *Des propositions de services conjuguées au « féminin »*

Lors de leur apparition sur le marché de la forme, les salles de fitness interdites aux hommes se sont distinguées de leurs homologues mixtes par des propositions de services principalement, voire uniquement, axées autour de *circuit-training*. Dans les faits, cela consiste en la réalisation d'un parcours combinant plusieurs machines, chacune d'elles impliquent la mobilisation de groupes musculaires spécifiques afin de travailler l'ensemble des parties du corps à l'issue de chaque tour réalisé. Il peut prendre la forme présentée sur les Photographies 11.

²⁰⁵ Comparée à celle partagée par ses homologues sur le segment du réservé aux femmes. N'oublions pas cependant que ce discours demeure celui d'un entrepreneur de la forme dont l'objectif est de vendre son service sportif.

Photographies 11

Présentation de différents *circuit-training*



Sources : Les trois premières photographies ont été prises par Louchet, C. dans les salles *Fitness Sun*, *Curves* de Lille et *Tahiti Gym* (de gauche à droite). Pour les suivantes, il s'agit des illustrations proposées sur les sites internet et pages *Facebook* des établissements *Lady Fitness* de Lille, *Form'elles* et *Femmes en forme* situé à Hem.

Ces circuits comportent plusieurs particularités. La première tient au choix du matériel, qui serait, selon les différents supports communicationnels des centres de remise en forme unisexes, « *conçu pour les femmes* », toutes les femmes, indépendamment de leur âge « *et [de] leur condition physique*²⁰⁶ »²⁰⁷ mais aussi « *adapté à la morphologie féminine*²⁰⁸ ». Un argument régulièrement mis en avant comme on peut le voir dans cet extrait d'un imprimé commercial *Curves* distribué dans la rue ou encore dans les boîtes aux lettres : « *à la différence des équipements de remise en forme traditionnels devant être adaptés à chaque individu et en général conçus et dimensionnés pour les hommes, les équipements Curves ont été conçus spécifiquement pour les femmes* » ou encore à travers les propos de cette encadrante : « *les machines ont été faites pour la morphologie féminine, elles sont faites voilà aussi par rapport aux zones du corps que les femmes veulent travailler, y a pas de prise de volume* » (Betty, 28 ans). Autrement dit, il n'y a aucune charge, aucun poids sur le matériel, comme le montrent les images ci-dessous, ce qui constitue sa seconde spécificité.

²⁰⁶ La franchise y fait allusion sur son site internet <http://www.curves.eu/fr/about>, consulté le 26 décembre 2015 à 20h18.

²⁰⁷ Nous y reviendrons dans le Chapitre 5.

²⁰⁸ Précisions apportées par une gérante lors de la présentation du concept *Curves* et de ses origines.

Photographies 12

Focus sur les machines



Sources : La deuxième photographie provient des documents internes de la franchise *Lady Moving*, quand les autres ont été prises par Louchet, C. au sein de deux établissements *Curves*.

Cela est rendu possible grâce au système hydraulique qui « *s'ajuste automatiquement [au] niveau de condition physique* » de chaque cliente, du moins c'est ce que promettent leurs publicités. Il faut dire que le système de roulement sur le *circuit-training* adopté par ces établissements et l'impératif des trente minutes d'effort n'autorisent pas le réglage individuel des machines avant leur utilisation. Au final, ce procédé dépend de la pression exercée par les mouvements des pratiquantes elles-mêmes, « *plus vous allez vite plus vous avez de résistance, y a pas de poids, y a pas de réglage à faire* », précise Marie (25 ans, gérante). Pour Anastasia Meidani (2005, 124), qui a étudié les pratiques effectives au sein des centres de remise en forme, ce procédé offre « *des résistances variables, [qui] permettent un travail 'confortable' à travers lequel les adeptes visent à entretenir la fonctionnalité musculaire et articulaire dans le but de prévenir les traumatismes musculaires courants (lombalgies, arthroses etc.)* ». Ainsi, elles peuvent se muscler, se tonifier, se raffermir sans « *prendre [en volume] musculaire, c'est pour ça que c'est adapté aux femmes* » précise Marie (25 ans, gérante) ou encore « *le matériel que t'as ici, c'est du matériel qui est 100% morphologie féminine (...). C'est la différence avec les charges ; les charges, c'est pour prendre du volume, la résistance, c'est pour allonger le muscle* » (Romain, 22 ans, encadrant). A travers cette opposition, volume musculaire / allongement musculaire, il.elle.s opèrent une distinction hommes/femmes qui suggère que « *le travail corporel n'est pas (...) du même genre* » (Louveau, 1998, 52) et légitime la différence biologique, anatomique entre les sexes en en faisant « *la justification naturelle de la différence socialement construites entre les genres, et en particulier de la division sexuelle de travail* », (Bourdieu, 1998, 23-25) dans le cas présent, corporel. Une idée qui n'est pas l'apanage des professionnel.le.s de la forme puisqu'elle est suggérée de manière générale par les publicitaires qui persistent à essentialiser les identités sexuées et à les considérer comme des entités concurrentes (Pahud, 2007). Mais cela va même au-delà selon les travaux de Stéphanie Pahud,

qui a analysé les discours d'annonceurs, puisque ces derniers postulent que chaque sexe possède ses propres spécificités biologiques desquelles découleraient des manières de consommer différentes. Il en va de même sur notre terrain d'enquête. « *Le muscle [est] au service de la 'beauté'* » féminine, pour reprendre le titre d'une publication de Peggy Roussel et Jean Griffet (2004, 143), dans la mesure où il est synonyme de tonicité, de fermeté, en somme s'il demeure modéré. Car comme l'ont décrit ces auteur.e.s en s'intéressant au travail corporel des femmes culturistes, le corps musclé est également stigmatisé, perçu comme « hors norme », déviant dès lors qu'il prend en volume, et ce plus encore s'il s'agit d'une femme. Là encore, en adoptant un tel discours, il semblerait que les professionnel.le.s positionné.e.s sur ce segment de marché aient repris à leur compte les normes corporelles de féminité qui sont de mise dans la société, en faisant un lieu supplémentaire de l'expression des « régimes de genre ».

Le *circuit-training* proposé par les établissements démixés comportent une dernière spécificité : il n'intègre volontairement pas les évolutions technologiques²⁰⁹ décrites par Olivier Bessy (1993) et largement mises en avant au sein des centres mixtes. De fait, les pratiquantes n'ont aucune visibilité, aucun contrôle sur la performance en train de se faire. Il ne s'agit pas d'effectuer des répétitions, d'accélérer la cadence, d'augmenter les charges ou de suivre le rythme imposé par la musique mais de tenir l'effort le temps indiqué par la bande sonore, qui précise lorsqu'il faut « *changer de station maintenant*²¹⁰ ».

Ces propositions de services atypiques sur le marché de la forme ne pourraient-elles pas tenir aux encadrant.e.s ? C'est l'une des hypothèses que l'on peut avancer, car une partie d'entre eux²¹¹ a été formée à la sociologie du sport dans le cadre de leur cursus universitaire en STAPS, enseignement qui met au jour les mécanismes sociologiques de l'engagement des femmes dans les activités physiques. Peut-on imaginer dès lors qu'il.elle.s développeraient un service qu'il.elle.s pensent « adaptés » aux attentes sportives des clientes et potentielles clientes ? Le sexe des professionnel.le.s²¹² pourrait-il également influencer sur la manière de concevoir la pratique physique dans un entre-femmes ? Si les encadrantes se veulent majoritaires au sein de ces espaces interdits aux hommes, peut-on supposer qu'elles reproduiraient une offre de services en adéquation avec leurs propres attentes en matière de produit fitness ?

²⁰⁹ Un constat majoritairement observé au début de ce travail doctoral. Cependant, au fil des mois, de plus en plus d'établissements se sont équipés de nouveaux dispositifs pour y remédier. Ils ne sont certes pas comparables à ceux proposés dans les centres mixtes mais existent bel et bien. Nous y reviendrons dans le Chapitre 5.

²¹⁰ Message délivré par la voix off au sein des établissements *Curves*.

²¹¹ Nous reviendrons sur le parcours de formation des encadrant.e.s dans les prochains chapitres.

²¹² Au cours des deux prochains chapitres, nous reviendrons plus longuement sur le sexe des gérant.e.s et encadrant.e.s.

3. Les acteur.rice.s de la forme mis en image

Rappelons avant toute chose que nous avons veillé à une représentation équivalente des structures enquêtées, soit vingt-sept établissements mixtes et autant de démixés. Une précaution méthodologique qui demeure quasi-invisible une fois les données collectées puisque pour les premiers, 483 supports ont pu intégrer notre corpus ; c'est cinq fois moins que pour les secondes qui en comptent 2 752. Quantitativement, on observe donc un écart significatif qui ne peut être imputé à la distinction de positionnement de ces entreprises : en y regardant de plus près, on constate que majoritairement les salles de fitness réservées aux femmes ne communiquent pas davantage que leurs homologues mixtes. Pas plus qu'à nos choix méthodologiques²¹³. Cette inégale distribution tient principalement à la stratégie publicitaire de la franchise *Curves* qui, avec ses seize salles enquêtées, génère à elle-seule 81,9% de notre corpus et 96,2% des publications produites par les centres unisexes, une communication sans équivalent dans notre échantillon²¹⁴. Cette précision apportée, il convient d'affiner l'analyse situationnelle de ces photographies. Quatre contextes ont pu être identifiés lors du codage de notre grille d'analyse : tout d'abord, la publicité professionnelle mettant en scène des modèles féminins et masculins, fréquemment élaborée « *dans un décor studio* » (Pahud, 2009, 127) ou résultant de montage ; ensuite la « *mise en scène de la vie quotidienne* », pour reprendre la formule employée par Erving Goffman (1973), se traduisant concrètement par la mise en image de véritables client.e.s au sein de l'espace de remise en forme ; puis les dessins ou caricatures ; enfin les événements organisés dans et en-dehors de l'établissement. Les deux dernières catégories apparaissent marginales au regard de leur nombre, elles ne feront donc pas l'objet d'un développement plus poussé dans cette partie.

3.1. Une mise en scène éclatante du « produit » fitness

Parmi les 483 photographies recueillies, 185 relèvent de publicités réalisées par des professionnels de la communication, soit 38,3% de notre corpus. C'est sur celles-ci que nous allons nous focaliser dans un premier temps dans la mesure où il s'agit du mode privilégié par

²¹³ En effet, comme cela a déjà été mentionné dans le Chapitre 2, chaque établissement enquêté a bénéficié d'un traitement identique.

²¹⁴ Les établissements appartenant à la franchise *Lady Moving* communiquent largement sur les réseaux sociaux. Nous avons pu le constater dans bien des structures disséminées aux quatre coins de l'hexagone. Celles implantées dans la région des Hauts-de-France semblent faire de même, cependant des mesures restrictives ont été prises quant à la consultation de leur page *Facebook*, seules les abonnées peuvent y accéder, nous excluant de fait.

les salles de fitness mixtes enquêtées pour mettre en avant leurs propositions de services. Pour ce faire, elles mettent en scène des modèles masculins et féminins, censés représenter majoritairement des pratiquant.e.s et/ou des encadrant.e.s, plutôt que de mobiliser leurs propres client.e.s et/ou leurs salarié.e.s²¹⁵. Ces deux catégories d'individus doivent, à notre sens, faire l'objet d'une analyse distinctive dans le sens où parmi les seconds on retrouve les « *coaches* », autrement dit, des individus ayant tous suivi un parcours de formation impliquant la pratique régulière voire intensive d'au moins une activité sportive en vue d'obtenir leur diplôme. Notre étude portant, entre autre, sur l'apparence physique des personnes mises en scène (par le biais de la musculature ou de la morphologie notamment), une observation conjointe pourrait fausser nos résultats. Pour éviter cet écueil, nous traiterons tout d'abord les photographies représentant les adhérentes de ces espaces dédiés à l'entretien corporel, puis celles qui donnent à voir les professionnel.le.s.

3.1.1. Des corps modèle au détriment du corps « réel » : le choix publicitaire opéré par les salles mixtes

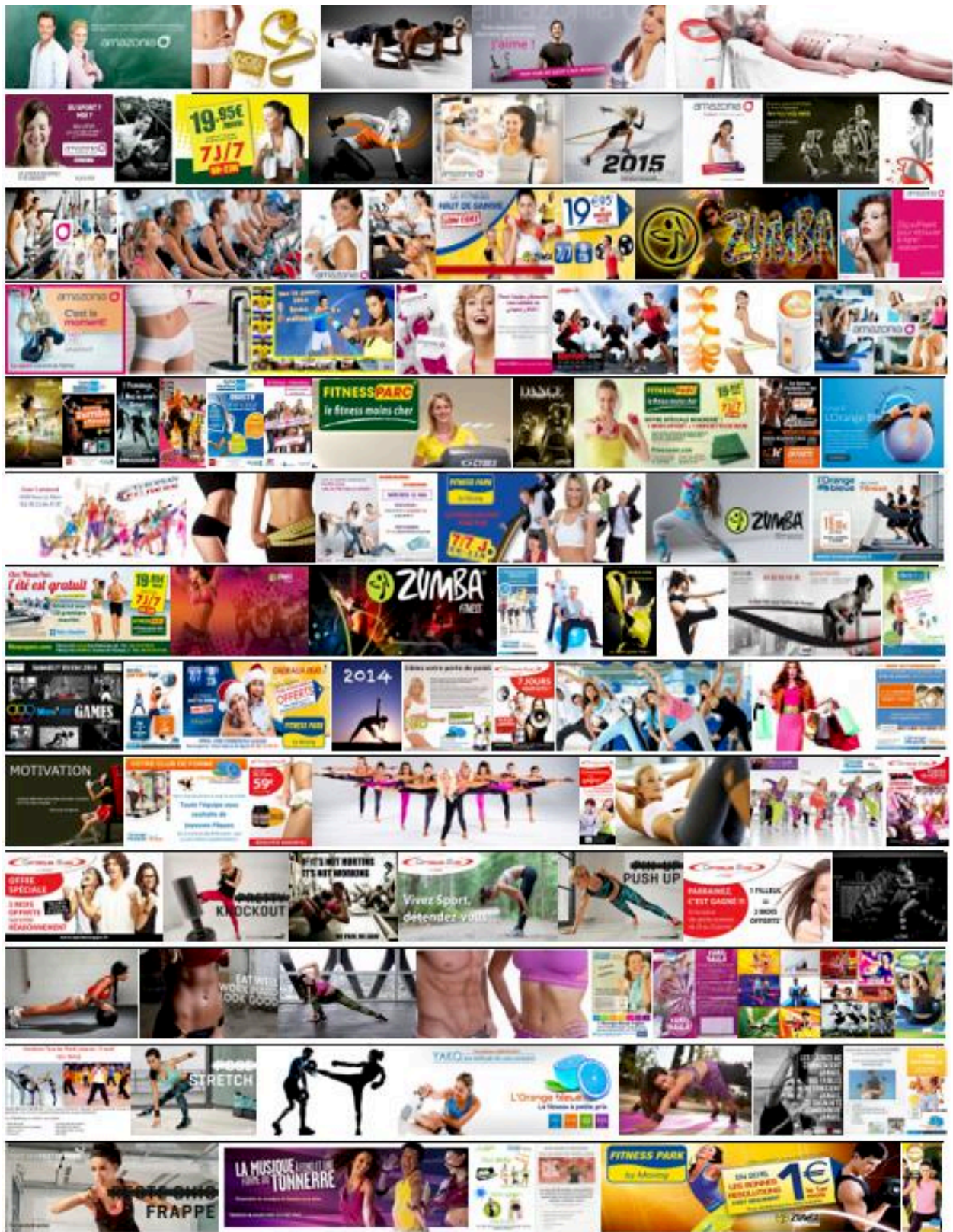
Parmi notre corpus d'images, 147/185 mettent en scène des pratiquant.e.s. On constate qu'ils et elles sont particulièrement représenté.e.s (79,5%²¹⁶) dans les publicités des centres de remise en forme mixtes. Un pourcentage élevé qui pourrait l'être davantage si nous n'avions pas exclu les hommes lors du recueil et du traitement des données sur le logiciel *Sphinx*. Un choix méthodologique qui tient à notre volonté de comparer ce qui est comparable. En l'espèce et au regard du caractère démixé imposé par les salles de fitness exclusivement dédiées aux femmes, nous nous sommes attachée à observer uniquement les abonnées des établissements accueillant une clientèle mixte. Elles figurent ainsi sur l'ensemble des photographies, tantôt seules (96/147), tantôt accompagnées par un individu du sexe opposé (51/147). Si le manque de diversité sexuée relève en partie de notre fait, cette piste explicative ne saurait cependant éclairer le peu de place offerte à d'autres formes de diversité ethnique, d'âge, ou encore d'apparence comme le montrent les images suivantes.

²¹⁵ Exception faite de la salle le *Club de Gym* qui met en scène ses propres encadrant.e.s.

²¹⁶ Les données présentées sous forme de pourcentages sont arrondies au dixième près. Nous procéderons ainsi tout au long de ce chapitre.

Photographies 13

Mosaïque des publicités diffusées par les salles de fitness mixtes



Sources : Mosaïque réalisée par Louchet, C. à partir des photographies recueillies sur les sites internet et pages Facebook des vingt-sept établissements enquêtés.

A travers l'analyse de ces photographies, on constate que les modèles, mis en scène par les centres de remise en forme enquêtés, arborent majoritairement une peau blanche, 83,8% des images les représentent exclusivement, alors que cela n'est que très occasionnel dès lors qu'il s'agit de pratiquantes de couleur (seules 5,9%) ou encore quand les unes et les autres coexistent (10,3%). Une moindre visibilité qui n'est pas inédite ni le seul fait des salles de fitness car déjà en 2001, Florence Amalou avait dénoncé, dans son ouvrage intitulé « *le livre noir de la pub. Quand la communication va trop loin* », combien « *la France publicitaire a[vait] du mal à montrer des gens de couleur* » (Amalou, 2001, 81).

D'autres individus sont également relégués au second plan dans notre corpus : les seniors qui tiennent le haut de l'affiche sur seulement 2,4% des images. Il semblerait que la représentation de la « vieillesse » ne fasse pas vendre autant que la jeunesse au sein des espaces dédiés à l'entretien corporel. Il faut dire qu'en vieillissant, les femmes perdent de leur capital séduction, celui-ci étant étroitement lié à la jeunesse et au dynamisme (Le Breton, 1990) ; de leur beauté, les modèles esthétiques prônés sont ceux incarnés par les femmes jeunes (Duflos-Priot, 1987) ; et leur visibilité (Löwy, 2006), l'âge avançant elles disparaissent des représentations médiatiques. Un constat qui se vérifie également « *dans une perspective marketing, l'âge [étant] un élément crucial d'identification et conditionne la perception des produits [ou services] proposés* » (Pahud, 2009, 97). Suivant ce raisonnement, on comprend que l'image de la vieillesse est aux antipodes de celle diffusée par les entreprises du corps et de la forme, qui relève d'une forme de jeunisme. Une spécificité qui n'est, là encore, pas propre à notre terrain d'enquête puisque plus généralement les personnages publicitaires qui nous sont donnés à voir entrent dans la catégorie des 18-35 ans (Pahud, 2009). Une tranche d'âge qui coïncide d'ailleurs avec celle des clientes observées par Yves Travaillot (1998) au sein des salles de remise en forme mixtes. Si, de notre côté, nous ne pouvons l'établir précisément²¹⁷, l'âge n'étant jamais renseigné, nos résultats tendent à montrer que les femmes « adultes » sont les plus représentées ; elles figurent sur plus de la moitié des publicités étudiées (61,9%), viennent ensuite dans une moindre mesure les jeunes adultes (35,7%). Ces modèles de pratiquantes apparaissent cependant plus en phase avec la clientèle ciblée par ces institutions sportives et plus généralement par les publicitaires, car « *dans les pubs, ce n'est pas 'tendance' d'être âgé. (...) Dans ce monde constitué d'images financées par les entreprises marchandes nous sommes tous éternellement jeunes (et beaux)* » (Amalou, 2001, 66).

²¹⁷ En ce sens, nous avons considéré trois catégories d'âge volontairement larges : les jeunes adultes, autrement dit les femmes majeures de moins de 30 ans ; les adultes âgées de 30 à 55 ans ainsi que les seniors les plus de 55 ans.

Mais si la jeunesse peut être bornée par une donnée objective : l'âge, il en est autrement de la beauté qui relève davantage de la subjectivité. Et pourtant, « *il semble que partout et toujours corps et beauté relèvent de normes d'ordre social et d'ordre esthétique* » (Maisonneuve et Bruchon-Schweitzer, 1999, 4). Les représentations de corps féminins que donnent à voir les magazines ou les publicités ne disent pas autre chose en diffusant des modèles jeunes, minces, toniques et en vantant les mérites de la pratique sportive pour y parvenir. Il en va de même sur les photographies diffusées par les salles de remise en forme. En effet, les modèles féminins représentés laissent majoritairement apparaître la minceur (61,5%) puis la normalité (37,5%) tandis que les morphologies considérées comme déviantes sont invisibilisées. On ne compte en effet, qu'une personne en surpoids et une autre en situation d'obésité sur l'ensemble de notre corpus (soit 0,5%). Ainsi, on comprend que « *la légèreté s'impose sur la lourdeur, l'élanement sur la rondeur. La minceur (...) triomphe plus que jamais dans les modèles d'aujourd'hui* » (Vigarelo, 2013b, 15). Mais ce « triomphe » n'est pas sans conséquence sur « *les trois milliards de femmes qui ne sont pas des top-models* » ; *il leur rappelle qu'elles vivent dans une société où elles ne peuvent ni fixer, ni changer les règles du jeu* » (Löwy, 2006, 116). Les morphologies les plus corpulentes, quant à elles, s'exposent à l'intolérance de la société pouvant se traduire par un phénomène d'exclusion (Maisonneuve et Bruchon-Schweitzer, 1999). Et c'est un fait, les femmes arborant des formes, trop de formes pourrait-on ajouter au regard de l'idéal de beauté, demeurent « *absentes des revues et des publicités, sans doute parce qu'elles évoquent précisément ce que le modèle dominant situe comme non conforme et surtout comme socialement haïssable* » (Louveau, 1981, 317). Participant également des normes pesant sur le corps des femmes ; la musculature a elle aussi fait l'objet d'une attention particulière. On remarque une proportion presque équivalente de pratiquantes à la musculature dessinée, visible (46,4%) que d'adhérentes où elle n'est pas apparente (53,6%). Il faut dire que la femme « *'look forme'* », autrement dit musclée, s'est imposée, dès les années 80, comme un modèle féminin de beauté (Louveau, 2007 ; Travaillot et Haissat, 2007, 20) et cela s'apprécie d'autant plus dans les publicités étudiées que cet attribut est mis en valeur par les tenues vestimentaires des pratiquantes représentées qui se veulent majoritairement ajustées (près de 60% des cas) et colorées (74,7%). Les corps sont également embellis par certains artifices. Le premier fait partie intégrante de « *la fabrication de la féminité* » (Jarthon et Durand, 2015, 70) : le maquillage, son utilisation est fréquente puisque 70% des photographies montrent des femmes fardées. Parmi les 30% restantes, il en demeure sans doute d'autres cependant nous ne pouvons le déterminer avec certitude tant il apparaît discret. Pour parfaire « *la présentation de soi* » (Goffman, 1973), certaines femmes, peu nombreuses (22,7%), portent des bijoux. Des transformations

éphémères, dans le sens où elles doivent être renouvelées quotidiennement, qui participent de l'embellissement des corps féminins dans ces publicités. Un constat qui n'est pas anodin, d'autant que ces modèles sont censés symboliser les adhérentes des salles de remise en forme. De là à penser que pratiquer une activité d'entretien corporel en leur sein permettrait de travailler son corps en vue d'atteindre un idéal de beauté et de féminité, ou plus précisément l'idée que l'on s'en fait à travers les normes dominantes, il n'y a qu'un pas que ces organisations proposent de franchir. Car même s'il n'en a été que peu question jusqu'à maintenant, l'objectif de ces publicités réside en la promotion des propositions de services dédiées au corps et à la forme. En ce sens, nous nous attendons à ce que leur communication s'inscrive dans un décor rappelant l'essence même de leur activité commerciale, autrement dit à ce que les modèles soient en mouvement et c'est le cas pour 64% des photographies étudiées. Mais au sein des salles de fitness, l'effort peut prendre diverses formes que nous avons catégorisé comme suit : le renforcement musculaire qui est représenté sur la moitié des images²¹⁸ (soit 50%), les pratiques dansées mises en avant dans un tiers des photographies (33%) auxquelles s'ajoutent dans une moindre mesure les efforts cardiovasculaires (19,2%) ainsi que les activités dites de relaxation (13,8%). Mais quel que soit le type d'effort réalisé, il ne semble pas altérer l'enthousiasme des femmes mises en scène qui se montrent majoritairement souriantes (74,06%²¹⁹) même si on distingue, plus occasionnellement, la souffrance sur le visage de certaines d'entre elles (3,7%). Ainsi, à travers leurs publicités, les centres de remise en forme suggèrent l'idée selon laquelle tendre vers l'idéal corporel féminin implique « *travail plus que délassement* » (Vigarello, 2004, 250) mais ce, en étant heureuse, (Vigarello, 1999), mieux en en faisant « *la source [même] de leur bonheur* » (Duru-Bellat, 2017, 197).

3.1.2. Reléguer les canons de beauté au second plan : la stratégie des salles unisexes

Parmi les 2 752 supports publicitaires diffusés par les salles de remise en forme strictement réservées aux femmes, seules 211 photographies peuvent être catégorisées comme relevant de la publicité professionnelle, soit 7,7% de notre échantillon. Une faible représentation qui tend à montrer que ce mode de communication n'est que peu sollicité par les structures unisexes étudiées, contrairement à leurs homologues mixtes, pour qui cela constituait 38,3% de leur

²¹⁸ Nous considérons les photographies où les modèles se trouvent en situation d'effort, soit 94 publicités. Il convient également de préciser que plusieurs types d'activités peuvent être représentés sur une même image. En ce sens, l'addition de nos pourcentages dépassent la base des 100%.

²¹⁹ Si 22,22% photographies montrent également des individus sans expression, aucun visage fermé n'a pu être observé dans notre corpus.

diffusion. Pour les besoins de la comparaison, une grille d'analyse équivalente à celle des centres mixtes a été mobilisée. Suivant ce principe, une éviction temporaire des images mettant uniquement en scène les encadrant.e.s et gérant.e.s a été entreprise afin de ne considérer que celles donnant à voir des pratiquantes, réduisant notre corpus à 196 photographies parmi lesquelles figurent les images suivantes.

Photographies 14

Mosaïque des publicités diffusées par les salles de fitness unisexes



Sources : Mosaïque réalisée par Louchet, C. à partir des photographies recueillies sur les sites internet et pages Facebook des vingt-sept établissements enquêtés.

Il semblerait que comme leurs homologues mixtes, les salles unisexes privilégient la représentation de leurs abonnées (cf. Tableau 8) mais dans des proportions plus importantes encore (92,9% contre 79,5%), soit seules et/ou accompagnées d'une encadrante ou gérante dans la très grande majorité des cas (97,4%) ; soit, fait plus rare, avec un salarié homme (2,6%).

Tableau 8

Mise en image des abonnées

	Part	Seule ; entre femmes	Avec un homme
Salles unisexes	92,9%	97,4%	2,6%
Salles mixtes	79,5%	65,3%	34,7%

Pour affiner l'analyse, nous nous sommes attachée aux caractéristiques physiques des modèles féminins et plusieurs éléments ont attiré notre attention. Tout d'abord, nous avons de nouveau pu constater une faible diversité ethnique, comme le montre le Tableau 9.

Tableau 9

Les clientes au regard de leur couleur de peau

	Femmes blanches	Femmes ethnicisées	Co-présence femmes blanches et ethnicisées
Salles unisexes	73,9%	9,6%	16,5%
Salles mixtes	83,8%	5,9%	10,3%

En effet, 73,9% des publicités montrent uniquement des femmes blanches quand seules 9,6% présentent des adhérentes ethnicisées entre elles, alors que la mixité n'est mise en scène que dans 16,5% des cas. Si nous observons davantage de diversité du côté des salles de fitness réservées aux femmes, elle demeure somme toute relative.

Tableau 10

Les clientes au regard de leur âge

	Jeunes adultes	Adultes	Seniors
Salles unisexes	10,8%	82,7%	6,5%
Salles mixtes	35,7%	61,9%	2,4%

Ensuite, si nous nous intéressons à l'âge estimé des modèles affichés (cf. Tableau 10), on remarque que la catégorie « adultes », avec une représentation atteignant les 82,7%, supplante les deux autres en marginalisant ainsi les « jeunes adultes » (10,8%) et les « seniors » (6,5%)

qui sont les plus faiblement mises en avant. Si ces classifications figurent dans un ordre identique à celui obtenu dans le cadre de l'étude portant sur les centres mixtes, on remarque cependant trois fois moins de « jeunes adultes » et deux fois et demie plus de « seniors » que précédemment. Le modèle de la jeunesse apparaît donc moins prégnant dans la communication des salles unisexes qui semblent ainsi s'émanciper de certaines injonctions normalisatrices. Peut-on en dire autant concernant les morphologies affichées par les modèles censés représenter les adhérentes des espaces interdits aux hommes (cf. Tableau 11) ?

Tableau 11

Morphologies présentées par les modèles mis en scène

	Minceur	Normalité	Surpoids	Obésité	Musculature apparente
Salles unisexes	42%	44,8%	13,2%	0%	36,3%
Salles mixtes	61,5%	37,5%	0,5%	0,5%	46,4%

Nos résultats montrent que non, puisqu'on ne compte que peu de femmes considérées en surpoids (13,2%) au regard de l'IMC et aucune en situation d'obésité parmi les individus observés pour cette modalité ; ces derniers se rapportant majoritairement à la normalité (44,8%) ou à la minceur (42%) et ce, dans des proportions presque équivalentes. Il faut dire qu'« *une femme bien en chair est perçue sous un angle moral comme manquant de volonté, se laissant aller* ». En dérogeant à la responsabilité qui lui incombe, elle rompt en même temps le contrat tacite avec les canons de beauté qui font la féminité (Le Breton, 2010b, 14) et se rend coupable de ce corps marginal (Meidani, 2007), une vision bien éloignée de celle que tente d'instiller les salles de remise en forme, lieu privilégié de l'entretien corporel, à travers leurs supports communicationnels. Confrontées aux données précédemment décrites, certaines disparités tendent à se dessiner. Si, comme dans le cas des publicités des centres mixtes, les morphologies perçues comme relevant de l'idéal corporel dominant largement, la proportion de silhouettes minces se veut cependant moindre allant de pair avec une plus grande représentation des corps dits normaux et en surpoids. S'ils sont mis en lumière, les seconds demeurent malgré tout marginaux et ne concernent qu'une minorité de modèles.

Pour présenter une apparence conforme aux canons de beauté, la morphologie ne peut se suffire à elle-même, elle doit être associée à la tonicité des chairs, comme le rappellent Catherine Louveau (2007) et Mureil Darmon (2006), dans leurs travaux - en précisant que le corps est représenté sous un dualisme celui du corps mou *versus* celui du corps dur, le second s'étant

substitué au premier. Ainsi, on comprend qu'il convient d'arborer une musculature dessinée, mais sans qu'elle ne soit « trop » prononcée sous peine de transgresser les normes qui font le genre (Roussel et Griffet²²⁰, 2004). Cependant, dans près des deux tiers des publicités, produites par les salles de remise en forme réservées aux femmes (63,7%), le muscle est invisibilisé (cf. Tableau 12).

Tableau 12

Se présenter aux yeux des autres

	Tenue de pratique colorée	Tenue de pratique ample	Maquillage	Port de bijoux
Salles unisexes	83,5%	54,9%	72,3%	17,7%
Salles mixtes	74,7%	40%	70%	22,7%

Et cela tient en partie au choix des tenues vestimentaires qui se veulent certes voyantes, par leurs couleurs (83,5%), mais majoritairement amples (54,9%), participant ainsi à la dissimulation des formes corporelles et de la musculature. Là encore, les établissements étudiés semblent prendre de la distance avec les normes corporelles dominantes, sans pour autant s'en défaire totalement puisqu'en nous focalisant sur d'autres attributs, nous avons pu observer que près des trois quarts des photographies (72,3%) donnaient à voir des modèles maquillés imposant comme leurs concurrents mixtes la mise en scène d'une certaine féminité²²¹. Mais comme pour eux, le port de bijoux n'y contribue que très peu (17,7% des cas).

Pour finir, nous nous sommes focalisée sur ce qui devait hypothétiquement constituer le nerf de leur communication, le caractère sportif de leurs propositions de services.

Tableau 13

Représenter l'effort en train de se faire

	En situation d'effort	Renforcement musculaire	Effort cardio-vasculaire	Effort dansé	Relaxation
Salles unisexes	44,9%	62,5%	9,1%	30,7%	3,4%
Salles mixtes	64%	50%	19,2%	33%	13,8%

²²⁰ Peggy Roussel et Jean Griffet l'ont montré en étudiant les femmes culturistes.

²²¹ Selon Camille Froidevaux-Metterie (2012, 130), il existerait un « éventail » de féminité, qui va « de la minoration frôlant la masculinisation à l'ultra-féminisation touchant à la caricature ». Ainsi, selon l'auteure « chaque femme choisit en quelque sorte le degré de féminité qu'elle désire assumer socialement ».

Et force est de constater, que cela ne relève pas de l'évidence puisque moins de la moitié des supports publicitaires (44,9%) mettent en scène des femmes en situation d'effort, soit près de vingt points de moins que leurs homologues mixtes. Quand elles sont en mouvement, elles pratiquent de préférence des activités de renforcement musculaire (62,5% des cas²²²) ou dansées (30,7%) et dans une bien moindre mesure des exercices cardiovasculaires (9,1%) ou de relaxation (3,4%). Un classement qui coïncide avec la programmation des pratiques au sein de ces espaces interdits aux hommes, qui rappelons-le est dans nombre de cas, principalement tournée vers la réalisation d'un *circuit-training* auquel s'ajoute différents cours collectifs chorégraphiés notamment. Mais quoi qu'il en coûte physiquement parlant, l'effort ne peut venir à bout de la bonne humeur des modèles représentés. Car, qu'elles soient en situation d'effort ou au repos, les femmes donnent à voir un visage qui se veut majoritairement souriant (90%²²³).

Si les supports visuels des salles de remise en forme unisexes font, comme leurs homologues mixtes, la part belle aux caractéristiques de jeunesse et de minceur (Pagès-Delon, 1989), elles le font dans des proportions moindres amenant à apprécier une plus grande diversité de modèles de femmes que ce soit au regard de la race, de l'âge ou encore de la silhouette. Il semblerait ainsi que les corps laissant apparaître le surpoids ou les signes du temps puissent trouver leur place au sein de la stratégie communicationnelle de ces structures d'un nouveau genre. Cette diversité serait-elle le reflet de leur véritable clientèle ? Est-ce une manière de signifier à leur cœur de cible que toutes les femmes, quelle que soit leur apparence, peuvent s'adonner à leur activité de remise en forme dans leur cadre démixé ? C'est ce que nous nous proposons de questionner en analysant les prochaines photographies.

3.2. Quand les pratiquantes deviennent ambassadrices de la quotidienneté

Après avoir analysé les supports publicitaires réalisés par des professionnels de la communication, mode privilégié par les centres de remise en forme mixtes, nous allons désormais nous focaliser sur les publicités dites « maison », résultant de l'initiative des entrepreneur.se.s de la forme (gérant.e.s et encadrant.e.s.) qui mettent en scène leurs propres abonnées.

²²² Pour cette modalité, nous avons pu observer plusieurs types d'activités sur une même image. En ce sens, l'addition de nos pourcentages dépassent la base des 100%.

²²³ Quand elles ne sourient pas, elles présentent un visage sans expression dans 7,89% des photographies ; un visage laissant apparaître la souffrance liée à l'effort en train de se faire (2,10%). Cependant, aucun visage fermé n'a pu être observé dans notre corpus.

3.2.1. Témoigner d'une plus grande diversité malgré la non-mixité

Cette manière de faire est largement plébiscitée par les structures réservées aux femmes puisque 2 343 photographies relèvent de cette catégorie sur les 2 752 dont nous disposons, soit un peu plus de 85% des supports publiés. Ce nouveau corpus d'images étant étudié à l'aune des précédents, pour les raisons méthodologiques déjà évoquées (*cf.* Chapitre 2), nous allons momentanément nous concentrer sur celles mettant en scène les adhérentes (*cf.* Photographies 15).

Photographies 15

Les pratiquantes des salles unisexes sur le devant de la scène



Sources : Mosaique réalisée par Louchet, C. à partir des photographies publiées sur leurs pages Facebook.

Là encore, elles bénéficient d'une visibilité de premier plan en apparaissant sur plus de 96% des publicités diffusées. En réservant à leurs abonnées une place conséquente au sein du processus communicationnel, les établissements démixés érigent leurs clientes en véritables ambassadrices marketing, et ce, quelle que soit leur apparence physique, comme l'explique Jennifer (30 ans, encadrante) : « *le fait de mettre des photos aussi des adhérentes, pour celles qui ont peur par rapport à des complexes physiques, bah elles voient que y a tout, elles voient qu'y a pas de complexes à avoir parce que dans celles qui participent aux jeux, y a toute sorte d'adhérentes. Donc ça peut peut-être aussi les aider à franchir le pas* ». Nos analyses mettent effectivement au jour des profils de pratiquantes variés. Seule exception toutefois, les adhérentes racialisées restent faiblement représentées (6,4%²²⁴) ; un pourcentage bien en deçà de celui constaté dans les publicités professionnelles diffusées par ces mêmes établissements et qui ne pourrait donc être imputé à une volonté de les invisibiliser²²⁵. Si nous nous intéressons à une autre caractéristique relevant de l'apparence physique, l'âge qui rappelons-le a été classé en trois catégories, on retrouve une proportion somme toute équivalente de femmes « adultes » (80,8% contre 82,7%) comparativement aux modèles présentés dans les publicités précédentes. Une constance qui s'explique par le fait que ces dernières constituent bel et bien leur cœur de cible. Cependant, pour les « jeunes adultes » et les « seniors », la tendance s'inverse comme le montre le Tableau 14. Les premières perdent en visibilité (6,3% contre 10,8%) au profit des secondes (12,9% contre 6,5%), nous amenant à penser que le concept séduit davantage les plus âgées.

Tableau 14

Quand les publicités professionnelles et amateurs s'accordent

	Cientes représentées	Cientes ethnicisées	Jeunes adultes	Adultes	Seniors
Publicités amateurs	96%	6,4%	6,3%	80,8%	12,9%
Publicités professionnelles	92,9%	9,6%	10,8%	82,7%	6,5%

²²⁴ Si on cumule les photographies les présentant seules ou accompagnées d'un individu blanchisé. Le terme de « blanchisé » s'est imposé au regard des travaux menés par Catherine Achin, Elsa Dorlin et Juliette Rennes (2008, 16) portant sur le corps des femmes et des hommes dans la sphère politique, qui opposent les individus « racialisés » de ceux qui profitent « *socialement de leur blancheur* ».

²²⁵ Si cette piste est écartée, aucune autre n'a permis d'en identifier les causes. Les observations participantes et non participantes menées par la suite au sein de différentes structures n'ont pas été plus éclairantes, elles ont simplement permis de confirmer l'existence d'une surreprésentation de la blancheur et d'une quasi-absence de femmes ethnicisées.

A ce stade, les résultats obtenus vont dans le sens de ceux mis au jour lors de l'analyse des publicités professionnelles mais d'autres diffèrent sensiblement. C'est le cas des morphologies, notamment, en témoigne le Tableau 15.

Tableau 15

La valorisation des corps considérés comme déviants

	Minceur	Normalité	Surpoids	Obésité	Musculature apparente
Publicités amateurs	17%	41%	34,4%	7,6%	9,1%
Publicités professionnelles	42%	44,8%	13,2%	0%	36,3%

Si les corpulences relevant de la normalité, au regard de la définition proposée par l'Organisation Mondiale de la Santé à travers les classifications de l'IMC, apparaissent relativement stables dans les deux types de publicités diffusées par les salles de remise en forme interdites aux hommes (41% contre 44,8%), il en va autrement des autres catégories, bouleversant ainsi l'ordre précédemment établi. La minceur est reléguée à la troisième place des morphologies les plus représentées (17% contre 42%) au profit du surpoids et de l'obésité qui gagnent en visibilité (respectivement 34,4% contre 13,2% ; 7,6% contre 0%). Il en va de même s'agissant de la musculature dessinée qui n'est mise en valeur que dans 9,1% des photographies étudiées. En mettant en scène des femmes présentant un corps considéré comme déviant, autrement dit ne répondant pas aux critères esthétiques dominants, les établissements démixés selon le genre s'éloignent des standards de féminité donnés à voir traditionnellement dans les publicités et suggèrent l'idée selon laquelle l'activité physique en leur sein est accessible à toutes, quels que soient leurs conditions physiques, leurs niveaux de pratique, leurs formes - en somme ils se présentent comme une alternative pour lutter contre la sédentarité (Génolini et Clément, 2010) - ou encore leurs apparences physiques. Cette dernière semble moins normalisée une fois inscrite dans le réel, dans la quotidienneté, comme le montre le Tableau 16.

Tableau 16

Une présentation de soi moins ritualisée au sein des salles de fitness unisexes

	Maquillage	Port de bijoux	Tenues de pratique amples	Tenues de pratique colorées	Visages souriants
Publicités amateurs	35,3%	54,9%	74,6%	58,4%	89,2%

Publicités professionnelles	72,3%	17,7%	54,9%	83,5%	90%
------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-----

En effet, seul un tiers des photographies (35,3%) immortalise des visages travaillés à l'aide de maquillage, c'est deux fois moins qu'en présence de mannequins (72,3%). Pour le port de bijoux, le phénomène inverse se produit, il est plus fréquent (54,9%) comparé aux autres supports étudiés (17,7%). Le choix de la tenue vestimentaire prend également un tout autre sens dans « *la mise en scène de la vie quotidienne* » (Goffman, 1973) puisque les tenues ajustées, proche du corps se raréfient au profit de vêtements amples qui enregistrent une augmentation de près de vingt points (74,6% contre 54,9%) ; quant aux couleurs elles dominent toujours (58,4% contre 83,5%) mais de manière moins flagrante, tendant ainsi à s'assombrir. Autant d'exemples qui témoigneraient d'une moindre pression à la conformité en matière d'apparence physique au sein des espaces démixés, c'est du moins le message que tentent de faire passer les publicitaires à travers ces choix communicationnels. Et à voir les visages souriants des adhérentes (89,2%) s'étant prêtées au jeu de la séance photo, pratiquer une activité d'entretien corporel dans un lieu interdit aux hommes semble être un moment agréable, de plaisir même si elles sont peu nombreuses à se trouver en situation d'effort (*cf. Tableau 17*). S'il convient de rappeler qu'il s'agit de publicités et donc d'un moyen de promouvoir les salles de remise en forme unisexes, la proportion de sourires affichée comparativement à leurs homologues mixtes pourrait être porteuse de sens. Si nous ne sommes pas en mesure d'étayer cette thèse à ce stade de l'enquête, on peut néanmoins se demander si la récurrence de visages souriants parmi les pratiquantes représentées ne serait pas une manière de symboliser la convivialité de mise au sein de ces espaces non-mixtes et ainsi s'apparenter à une stratégie marketing supplémentaire²²⁶.

Tableau 17

L'effort physique peu valorisé dans les entre-femmes

	En situation d'effort	Renforcement musculaire	Effort dansé	Effort cardio-vasculaire	Relaxation
Publicités amateurs	33,9%	78,6%	11,1%	6,6%	3,9%
Publicités professionnelles	44,9%	62,5%	30,7%	9,1%	3,4%

On ne compte en effet qu'un tiers des abonnées en mouvement (33,9%). Et quand elles le sont, c'est majoritairement sur des ateliers de renforcement musculaire (78,6%) et dans une moindre

²²⁶ Une hypothèse que nous questionnerons au cours du Chapitre 4.

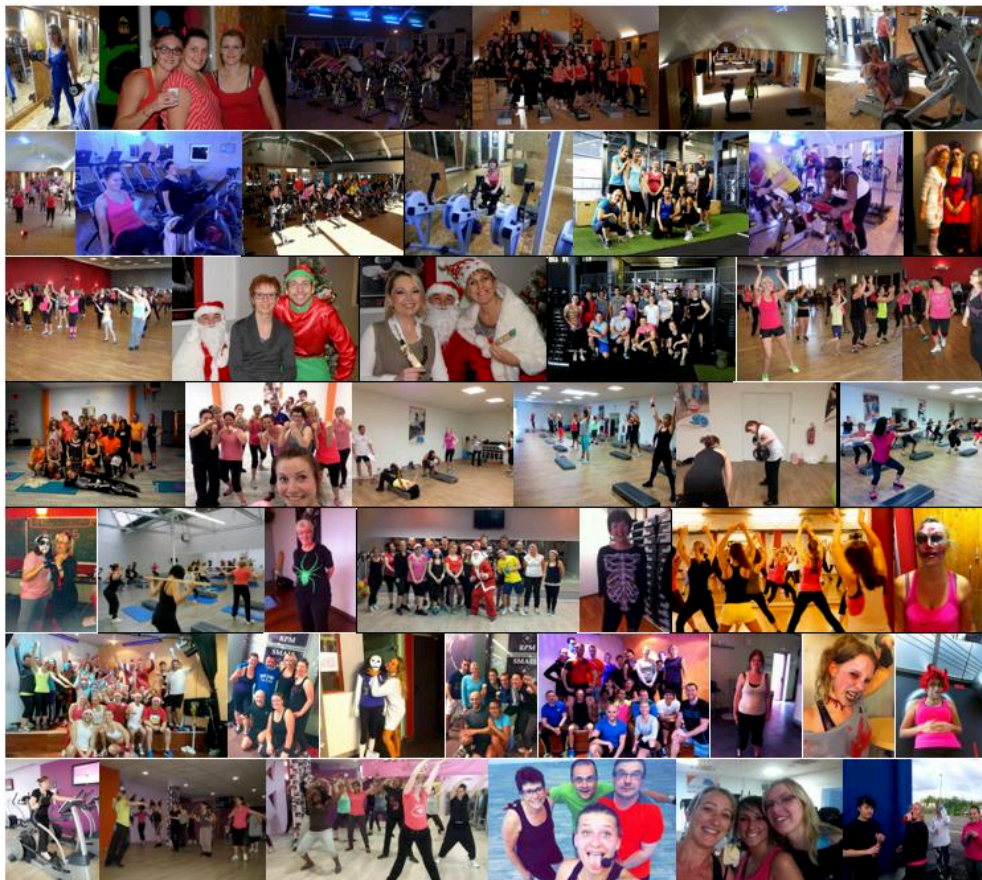
mesure dans des pratiques dansées (11,1%), cardiovasculaires (6,6%) ou de relaxation (3,9%)²²⁷. Rien d'étonnant au regard des propositions de services offertes par ces établissements principalement axées sur la réalisation d'un *circuit-training*.

3.2.2. *Se jouer des apparences ?*

Les publicités mettant en scène le quotidien au sein des établissements accueillant une clientèle mixte constitue en effet le deuxième mode de communication privilégié par ces derniers, avec 163 images sur les 483 recueillies (soit 33,7%). Parmi elles, un quart montre exclusivement des membres du personnel, elles feront donc l'objet d'une exclusion temporaire avant d'être analysées isolément dans la partie suivante, nous amenant ainsi à nous concentrer sur les 122 photographies restantes.

Photographies 16

Les pratiquantes des centres de remise en forme mixtes



Sources : Photographies publiées sur les pages Facebook des différentes structures unisexes enquêtées.

²²⁷ Pour cette modalité, nous avons pu observer plusieurs types d'activités sur une même image. En ce sens, l'addition de nos pourcentages dépassent la base des 100%.

La représentation des abonnées n'est pas aussi abondante que celle observée dans le cadre des salles de remise en forme unisexes (74,8% contre 96%), mais reste sensiblement équivalente comparée aux publicités professionnelles des centres mixtes. Une constance vis-à-vis de ces derniers qui est également de mise pour la variable de la couleur de peau. En effet, on constate une certaine stabilité quant à la représentation de la diversité raciale²²⁸.

Mais l'étude de ce nouveau corpus met au jour plusieurs disparités, entre les modèles censés représenter les clientes de ces espaces et les véritables adhérentes, sur de nombreux critères tels que l'âge, la morphologie ou encore la musculature, comme l'illustre le Tableau 18.

Tableau 18

Des corps mannequins aux corps réels

	Jeunes adultes	Adultes	Seniors	Minceur	Normalité	Surpoids	Obésité	Musculature apparente
Publicités amateurs CRF mixtes	16,4%	79,1%	4,5%	24%	43,2%	28,1%	4,7%	17,7%
Publicités professionnelles CRF mixtes	35,7%	61,9%	2,4%	61,5%	37,5%	0,5%	0,5%	46,4%
Publicités amateurs CRF unisexes	6,3%	80,8%	12,9%	17%	41%	34,4%	7,6%	9,1%
Publicités professionnelles CRF unisexes	10,8%	82,7%	6,5%	42%	44,8%	13,2%	0%	36,3%

La première tient à l'âge. Certes, nous constatons toujours une surreprésentation des « adultes » mais dans des proportions bien supérieures à celles précédemment observées pour les publicités professionnelles (80% contre 61,9%), au détriment des « jeunes adultes » (16,4% contre 35,7%) et des « seniors » particulièrement discrets (4,5%). Ainsi, si on en croît les photographies diffusées sur les réseaux sociaux, les femmes les plus âgées apparaissent peu enclines à pousser la porte d'un centre de remise en forme mixte. Autre différence relevée, celle de la morphologie. La minceur largement affichée (61,43%) par les mannequins donnés à voir dans les publicités professionnelles a laissé place à une plus grande représentation de femmes appartenant à la catégorie de la normalité (43,2%), du surpoids (28,1%) ou de l'obésité (4,7%) reléguant ainsi la minceur au troisième plan (24%). Ainsi, nous sommes en mesure d'apprécier l'écart entre le corps idéal affiché par nombre de modèles et le corps réel, celui des véritables adhérentes,

²²⁸ Les abonnées affichant une peau blanche demeurent plus nombreuses (82,1%) que les femmes de couleur (3,4%) et ce, même si on considère leur coprésence (14,5%).

comme le font « *les pages des publicités et journaux [qui] montrent, on le sait, des figures qui ne puisent guère leurs traits et comportements dans la rue* » (Louveau, 1998, 37).

S’inscrivant dans la même veine, la valorisation de la musculature observée précédemment (46,4%) ne saurait rendre compte de la réalité puisqu’elle perd près de trente points (17,7%). Mais qu’elles répondent ou non aux normes corporelles dominantes de féminité, les abonnées n’en demeurent pas moins soucieuses de leur apparence physique et travaillent leur image, avant de se rendre à la salle, en se maquillant (dans 69,9% des cas contre 70% précédemment) ; une pratique deux fois moins répandue dès lors que l’on se trouve dans les salles unisexes ; et en agrémentant leur tenue de bijoux (56,4%). Participant également de « *la présentation de soi* » (Goffman, 1973), le choix de la tenue vestimentaire n’est pas anodin, comme le montre le Tableau 19.

Tableau 19

Soigner ou non les apparences au sein des centres de remise en forme mixtes

	Maquillage	Port de bijoux	Tenues de pratique amples	Tenues de pratique colorées
Publicités amateurs CRF mixtes	69,9%	56,4%	59,6%	61,7%
Publicités professionnelles CRF mixtes	70%	22,7%	60%	74,7%
Publicités amateurs CRF unisexes	35,3%	54,9%	74,6%	58,4%
Publicités professionnelles CRF unisexes	72,3%	17,7%	54,9%	83,5%

Mais contrairement aux publicités, où les modèles mis en scène portent majoritairement des tenues ajustées et colorées, les clientes privilégient les vêtements amples pour s’adonner à leur pratique (59,6%) indifféremment de leur couleur²²⁹, neutralisant ainsi les attributs représentant la corporéité au féminin.

Enfin, nous avons relevé que le caractère sportif de ces entreprises transpirait sur près de la moitié des supports étudiés (47,5%) par le biais d’exercices de renforcement musculaire (50%), d’activités dansées (43,1%) ou cardiovasculaires (6,9%) rassemblant ainsi nombre d’activités proposées en leur sein. Un faible bilan au regard de ce qui a pu être montré dans les publicités professionnelles plus promptes à représenter les corps en action (*cf. Tableau 20*).

²²⁹ Sans faire l’objet d’une différence marquée, elles arborent légèrement plus de vêtements colorés (51%).

Tableau 20

Représenter les clientes en action

	En situation d'effort	Renforcement musculaire	Effort dansé	Effort cardio-vasculaire	Relaxation	Visages souriants
Publicités amateurs CRF mixtes	47,5%	50%	43,1%	6,9%	0%	75,7%
Publicités professionnelles CRF mixtes	64%	50%	33%	19,2%	13,8%	74,1%
Publicités amateurs CRF unisexes	33,9%	78,5%	11,1%	6,6%	3,9%	89,2%
Publicités professionnelles CRF unisexes	44,9%	62,5%	30,7%	9,1%	3,4%	90%

Mais finalement, peu importe le contexte dans lequel ces photographies s'inscrivent, peu importe les corps mis en scène, les sourires arborés par une large part de pratiquantes (75,7% d'entre elles), elles donnent l'impression qu'elles sont heureuses de s'adonner à leur activité d'entretien corporel au sein de ces salles privées marchandes.

3.3. Les entrepreneur.se.s du corps et de la forme sur le devant de la scène

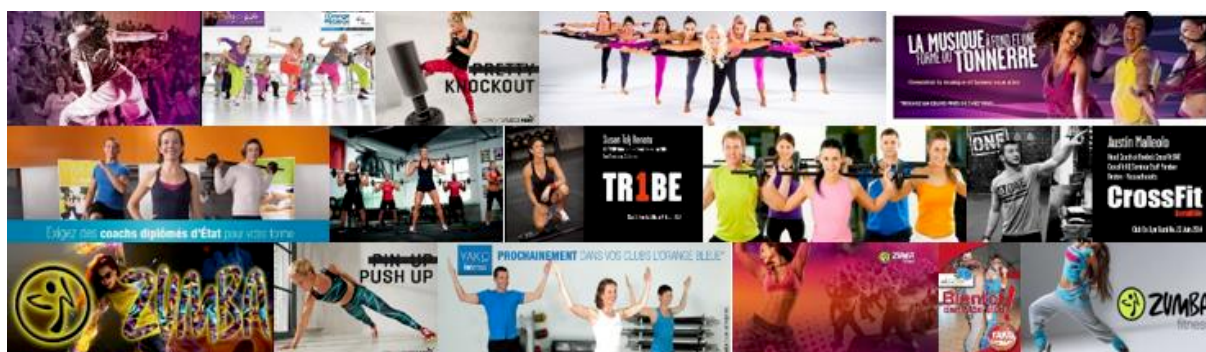
Après avoir étudié la représentation des abonnées des centres de remise en forme (non)mixtes, il convient désormais d'orienter notre regard sur les professionnel.le.s de la forme. Et même si ces dernier.e.s font l'objet d'une mise en image bien moins importante, qu'il s'agisse des publicités professionnelles ou relevant de la quotidienneté, la manière dont il.elle.s sont donnés à voir n'en est pas moins intéressante.

3.3.1. L'apparence physique des professionnel.le.s taillée sur mesure

Quel que soit le positionnement affiché par l'entreprise, mixte ou réservé aux femmes, nous constatons une mise en image des gérant.e.s et encadrant.e.s dans des proportions sensiblement identiques, ceux-ci apparaissant sur respectivement 22,2% et 23,2% des photographies, dont en voici quelques illustrations.

Photographies 17

Représentation des professionnel.le.s de la forme dans la publicité



Sources : Photographies publiées sur les pages Facebook des structures mixtes enquêtées.



Sources : Photographies publiées sur les pages Facebook des structures unisexes enquêtées.

Si la représentation des professionnel.le.s est donc envisagée indifféremment de la segmentation du marché, les centres de remise en forme laissent cependant entrevoir des stratégies communicationnelles distinctes les concernant. Cela s'apprécie premièrement à travers le contexte situationnel. D'un côté, les établissements mixtes mettent très fréquemment en scène gérant.e.s et encadrant.e.s seuls ou entre collègues (92,9% des cas). De l'autre, ils et elles sont plus volontiers accompagné.e.s de pratiquant.e.s (83,7%), les reléguant ainsi au second plan. Une manière de faire censée rappeler le cadre des relations de service dans lequel il.elle.s s'inscrivent, ces dernier.e.s étant là pour accompagner, encadrer et conseiller la clientèle. La distinction est observée dès lors que l'on s'intéresse à la répartition sexuée des membres du personnel.

Tableau 21

Des femmes et des hommes dans leur activité professionnelle

	Entre professionnel.le.s	Des professionnel.le.s au côté des clientes	Part d'hommes	Part de femmes	Co-présence des deux sexes
Au sein des salles mixtes	92,9%	7,1%	19,5%	24,4%	56,1%
Au sein des salles unisexes	16,3%	83,7%	2%	93,9%	4,1%

En effet, les données recueillies mettent en évidence une réelle dichotomie sur ce point entre les centres de remise en forme mixtes, qui montrent une proportion presque équivalente d'hommes (19,5%) et de femmes (24,4%) à laquelle s'ajoute une coprésence des deux sexes sur 56,1% des photographies observées, et ceux imposant une non-mixité, qui semblent vouloir invisibiliser les premiers (2%) au profit des secondes représentées uniquement entre elles sur 93,9% des publicités. Un écart conséquent nous amenant à penser que la ségrégation sexuée imposée au sein de ces espaces ne serait pas circonscrite à la clientèle mais s'étendrait également à leurs salarié.e.s, faisant ainsi de cet entre-soi, un lieu géré par et pour les femmes. Ce constat pourrait justifier un certain nombre de disparités observées et qui relèvent de « *la présentation de soi* » (Goffman, 1973). On constate, en effet, que l'apparence physique des gérant.e.s et encadrant.e.s, exerçant leur activité professionnelle au sein des organisations démixées, se veut très majoritairement neutralisée (83,67% des cas), entendu comme une volonté d'annihiler les attributs de féminité ou de masculinité. Dans les faits, cela passe par une dissimulation des corps et des formes par le biais de tenues vestimentaires amples (83,67%), par une invisibilisation de la musculature (83,33%) ou encore par une faible présence de bijoux (14,89%). Les professionnel.le.s mis en scène dans les supports publicitaires des structures accueillant une clientèle mixte montrent un visage quelque peu différent. Si la neutralisation de l'apparence est également effective, elle l'est dans une moindre mesure (43,90% des photographies) et peut se voir associée à une image très féminine²³⁰ et/ou très masculine (31,70%), fait totalement absent des supports précédemment décrits. On constate aussi une plus grande valorisation de la musculature, celle-ci étant affichée sur 73,91% des photographies étudiées, grâce à des tenues vestimentaires plus fréquemment ajustées donnant à voir les formes de chacun et chacune (52,63%).

Mais, les modèles féminins et masculins mis en scène dans les publicités des uns comme des autres tendent à se confondre sur plusieurs critères. En premier lieu, l'âge. Si nous avons défini trois classifications « jeune adulte », « adulte », et « senior », c'est la catégorie intermédiaire qui concentre le plus de professionnel.le.s et de loin (95,74% pour les structures unisexes et 97,56 pour celles accueillant un public mixte). Les « jeunes adultes » s'avèrent minoritaires (respectivement 4,25% et 2,43%), quant aux « seniors », ils sont totalement absents. Ensuite, si nous nous attachons aux morphologies, force est de constater que la normalité (51,11% et

²³⁰ Nous qualifions de « très féminine », les professionnelles mettant en valeur leur plastique, leurs formes (poitrine, fessier, etc.) par le biais de leur tenue vestimentaire près du corps, de leur maquillage et/ou encore du port de bijoux. Derrière l'expression « très masculine », nous entendons là encore la valorisation de la plastique par le port de vêtements ajustés livrant ainsi aux yeux de toutes et tous une musculature dessinée voire exacerbée (des pectoraux, des biceps, des triceps, etc.).

60,71%) prime sur la minceur (35,55% et 39,28%), dans des proportions approuvées, et ce quel que soit le positionnement affiché par ces entreprises dédiées à l'entretien corporel. Seule différence notable, les salles de remise en forme réservées aux femmes mettent en scène des personnels en situation de surpoids sur 13,33% de leurs photographies quand leurs homologues n'en comptent aucun. Un constat loin d'être anodin au regard des études déjà menées dans ce secteur d'activité qui montrent combien la plastique du professeur.e. de fitness est habituellement, autrement dit au sein des structures mixtes, « *au cœur du métier* » (Pichot, 2016), le « *témoin d'une hygiène de vie irréprochable et de son ascétisme corporel ne laissant pas de place à la surcharge pondérale* » (Pichot, 2014, 264). C'est pourquoi, certaines entreprises, comme le groupe *Lesmills*, n'hésitent pas à capitaliser sur l'apparence physique de leurs représentant.e.s « *engagés 'corps et âme' auprès de la marque* » en les utilisant « *dans un objectif de communication et de vitrine LM [Lesmills] afin de faire voir et de diffuser les codes [correspondant à l'idée qu'il se fait] de la 'bonne pratique' et de la 'bonne santé'* » (Charissou, 2019, 291). Ainsi on comprend que le surpoids est incompatible avec l'image véhiculée par ces entreprises de la forme et la sportivité de leur activité commerciale. En arborant des corps non conformes aux canons de beauté, même s'ils demeurent minoritaires, les salles de remise en forme interdites aux hommes font figure d'exception en la matière.

Si justement on déplace notre regard sur l'essence de leur métier, on constate que les membres du personnel sont représentés en situation de travail dans 63,26% des supports publicitaires diffusés par les centres de remise en forme réservés aux femmes, endossant tantôt le rôle d'animateur.ice sur *circuit-training* (46,9% des cas) tantôt d'animateur.ice de cours collectifs (12,2%) ou encore de conseiller.e et de correcteur.ice (16,3%)²³¹. Une situation qui se veut moins fréquente dès lors que l'on se penche sur les publicités proposées par les établissements mixtes puisque 24,39% des images montrent les professionnel.le.s en action, majoritairement dans le cadre de cours collectifs. Mais quel que soit le contexte, les sourires se lisent sur leurs visages²³². Au regard, de ces résultats, nous renouvelons l'hypothèse formulée précédemment, selon laquelle la convivialité constituerait un argument publicitaire supplémentaire pour pratiquer au sein d'un entre-femmes.

²³¹ Dans 24,5% des photographies, les personnels sont mis en avant dans un rôle commercial ou encore pour signifier leur présence, leur existence au sein de l'organisation.

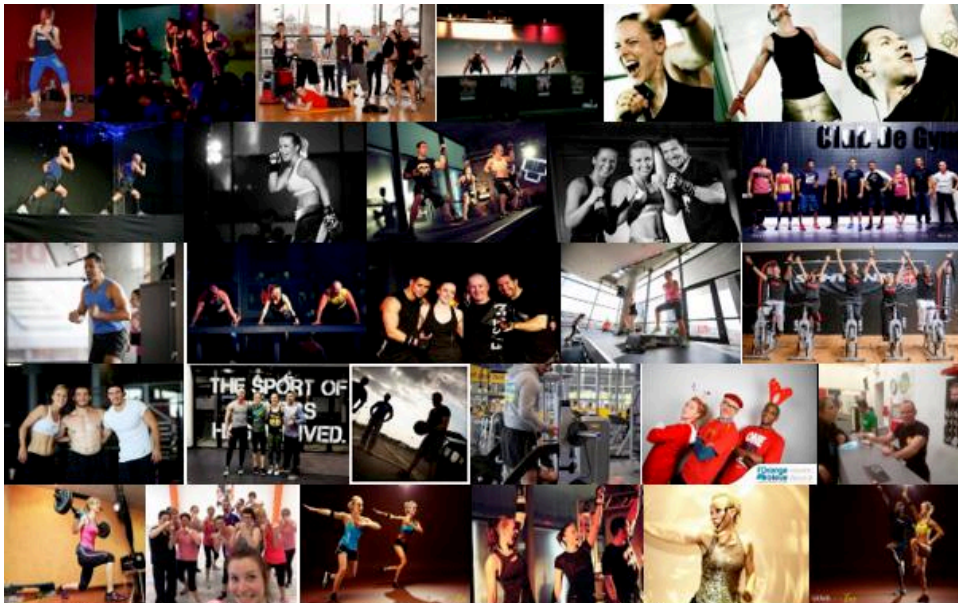
²³² On note cependant une différence significative entre les publicités émises par les salles de remise en forme réservées aux femmes, qui montrent des visages souriants dans près de 96% des photographies recueillies, et leurs concurrents mixtes (un peu plus de 65%).

3.3.2. Avoir le « physique de l'emploi » : un capital à valoriser ?

Nous ouvrons cette dernière partie par une distinction. Il semblerait que dans la mise en scène de la quotidienneté, les centres de remise en forme mixtes et réservés aux femmes ne puissent s'entendre sur la place à accorder aux membres du personnel. En effet, les premiers les valorisent dans près d'une photographie sur deux (46,01%) quand les secondes tendent à les délaissier (18,05%) au profit de leurs clientes. Un écart conséquent qui n'a pas son pendant parmi les publicités professionnelles, précédemment décrites.

Photographies 18

Représentation des professionnel.le.s dans leur quotidien



Sources : Photographies publiées sur les pages Facebook de différentes structures mixtes enquêtées.



Sources : Photographies publiées sur les pages Facebook de différentes structures unisexes enquêtées.

Une entrée en matière qui laisse présager des « réalités²³³ » bien différentes. Et cette hypothèse se vérifie dès le contexte situationnel, qui montre des professionnel.le.s sur 53,3% des images émises par les salles mixtes, quand on n'en compte que 15,5% pour leurs concurrentes interdites aux hommes. Là encore, il s'agit pour ces dernières de rappeler le rôle endossé par les gérant.e.s et encadrant.e.s qui consiste à se mettre au service de leurs abonnées. La répartition sexuée des membres du personnel constitue un autre point de discordance. On observe, comme précédemment, que les professionnel.le.s sont plus fréquemment des femmes (77,1%) au sein des espaces ségrégués au regard du sexe alors qu'il.elle.s sont représenté.e.s dans des proportions²³⁴ presque équivalentes dès lors que la mixité est autorisée. En renouvelant ce constat, nous persistons à penser que cette démarcation sexuée pourrait avoir une incidence sur d'autres variables observées. A l'aune de ce qui a été établi ci-avant, les apparences physiques des unes et des autres ne sont pas propices à valoriser une féminité ou masculinité exacerbée. En effet, elles apparaissent neutralisées sur 93,8% des supports publicitaires et cela s'explique en partie par le choix des tenues vestimentaires plus volontiers amples (86,07%). Ainsi, les corps demeurent cachés tout comme la musculature (83,94%), les visages fardés sont moins nombreux²³⁵ (46,92%). Autant d'éléments qui participent de la neutralisation des attributs de féminité et de masculinité. Du côté des centres de remise en forme mixtes, elle est également de mise mais de manière atténuée puisqu'elle est strictement effective dans 62,5% des photographies étudiées et partiellement²³⁶ dans 20,83% d'entre elles. De plus, on retrouve pour ces derniers une valorisation de la musculature (54,79%) mais dans une moindre mesure, comparé à ce qui a pu être observé dans le cadre des supports professionnels. Une tendance qui tient en partie au fait que les tenues vestimentaires choisies par les gérant.e.s et encadrant.e.s, dans ce cadre, se veulent amples dans la majorité des cas (64,28%) alors qu'elles étaient plus souvent ajustées précédemment.

Mais, les femmes et les hommes mis en scène dans le cadre de leur activité professionnelle, des uns comme des autres, tendent à se rapprocher sur plusieurs critères. En premier lieu, l'âge. La catégorie des « adultes » est toujours la plus représentée mais dans des proportions moindre, laissant ainsi davantage de place aux « jeunes adultes » ainsi qu'aux « seniors » pour les

²³³ Il convient de rappeler que même dans la publication de photographies donnant à voir le quotidien au sein de leurs structures, elles conservent leur caractère publicitaire et ne peuvent en ce sens être analysées que pour ce qu'elles sont, c'est-à-dire des images vantant les mérites de ces entreprises dédiées à l'entretien corporel.

²³⁴ Parmi les photographies étudiées, 32,43% mettent en scène uniquement des femmes, 36,48% donnent à voir des professionnels hommes et 31,08% où les deux sexes coexistent.

²³⁵ Comparé à ce qui a été observé dans le cadre des supports publicitaires professionnels de ces mêmes salles.

²³⁶ On observe en effet des individus présentant une apparence très féminisée ou très masculinisée auprès de personnes neutralisant leur apparence en ce sens et ce, sur une même photographie.

établissements démixés du moins. Ensuite, si nous nous attachons aux morphologies, la constance semble de mise. Les corps présentant un IMC relevant de la normalité ou de la minceur dominant, et ce quel que soit le positionnement affiché par ces entreprises privées marchandes. Quant aux individus présentant un surpoids, ils demeurent marginaux (entre 2,71% et 3,75% des cas). On constate une fois encore que les corps des professionnel.le.s répondent majoritairement aux normes corporelles en vigueur. Mais peut-on réellement s'étonner quand on sait que leur corps s'avère être leur outil de travail et qui plus est dans un domaine où l'entretien corporel est prôné ? Car même si cela est peu mis en avant ; ils et elles apparaissent en situation de travail sur un peu plus d'un tiers (34,70%) des photographies étudiées s'agissant des centres de remise en forme mixtes et seulement 7% pour les structures unisexes ; leur rôle au sein de ces organisations demeure bel et bien d'animer, de programmer des séances d'entraînements, de conseiller les abonnés, sans pour autant négliger le côté relationnel impliquant d'être en toute circonstance souriant²³⁷.

Conclusion

Cette première enquête comparative, réalisée à distance, s'est avérée décisive dans le choix de poursuivre le travail d'investigation. Car si la sociologie des espaces de remise en forme ségrégués selon le sexe apparaissait heuristique sur le papier, de nombreuses zones d'ombre entourant leur existence et leur mode de fonctionnement demeuraient. Le recueil relativement dense de données a permis d'éclairer nombre d'entre elles puisqu'à travers nos analyses, nous avons pu montrer dans quelles mesures le positionnement affiché par les salles de fitness influait sur leurs stratégies communicationnelles ainsi que sur leurs propositions de services, permettant ainsi la mise au jour de pratiques différenciées.

Si on s'attache tout d'abord aux établissements n'opérant aucune distinction au regard du sexe, on constate qu'ils communiquent prioritairement sur le caractère sportif de leur activité commerciale, qu'ils mettent en avant la « *grande souplesse spatio-temporelle* » (Meidani, 2003, 271) dont ils font preuve, ce qui confère à leurs abonné.e.s un sentiment de liberté quant à la planification de leur pratique d'entretien corporel. Cet esprit se retrouve également dans l'hétérogénéité des propositions de services - plateau de musculation, espace *cardio-training*, *circuit-training*, cours collectifs - et ouvre les possibles au sein d'un même espace, avec un seul

²³⁷ On note cependant une différence significative entre les publicités émises par les salles de remise en forme réservées aux femmes, qui montrent des visages souriants dans 94,81% des photographies recueillies, et leurs concurrents mixtes (78,47%), c'est treize points de plus que dans les publicités professionnelles.

abonnement. Dès lors, chacun.e peut choisir en fonction de ses dispositions, goûts et dégoûts, de pratiquer une ou plusieurs disciplines, avec ou sans encadrant.e, seul.e ou accompagné.e (Bessy, 1993). Cette flexibilité permet de minimiser les contraintes, qui relèveraient de « *l'assiduité, [de] la ponctualité ou [de] la routine* » (Ernst et Pigeassou, 2005, 68-69). Une manière comme une autre d'accéder aux attentes et demandes de leur clientèle plurielle (Mischler et Pichot, 2005).

Mais ce modèle ne saurait se reproduire au sein des salles unisexes qui, dès leur nom commercial, slogan, ou encore mention de notoriété, donnent le ton en revendiquant l'interdiction d'accès et d'adhésion faite aux hommes. Une mise à distance accentuée par la seule présence de femmes sur les supports publicitaires ornant leurs devantures et/ou leurs murs ou encore par le recours à des codes couleurs connotés comme relevant du genre féminin. Ensuite, on observe une moindre flexibilité quant au mode de fonctionnement de ces centres qui présentent majoritairement 1) une accessibilité restreinte, que cela concerne les horaires ou le nombre de jour d'ouverture, 2) des services moins diversifiés, axée principalement sur la réalisation d'un *circuit-training*, nous amenant à parler de spécialisation, 3) qui imposent une prise en charge, un encadrement systématique par un.e professeur.e de fitness. Enfin malgré des prestations qui semblent, en apparence, en deçà de celles affichées par leurs homologues mixtes, elles se veulent plus onéreuses. Un constat qui interpelle et peut-être davantage, à l'heure où la « *taxe rose* » fait son entrée dans le débat public. Si le lien s'est établi spontanément compte tenu de l'actualité, il demeure hypothétique et doit être envisagé avec toute la prudence qu'il se doit. Les articles de presse se sont certes multipliés sur le sujet²³⁸, mais restent peu nombreux au sein de la communauté scientifique. Interpellé par le collectif George Sand²³⁹ à ce sujet, l'Etat français a diligenté une enquête en 2015 interrogeant l'existence d'une « *woman tax* ». Le rapport²⁴⁰ précise qu'il y a bel et bien des différences de prix, cependant elles sont tantôt en

²³⁸ En voici quelques exemples. L'express titre « *La 'taxe rose' sur les femmes : vrai scandale ou simple loi du marché ?* » https://lexpansion.lexpress.fr/actualite-economique/la-taxe-rose-sur-les-femmes-vrai-scandale-ou-simple-loi-du-marche_1618181.html; Marie-Claire propose un article intitulé « *Taxe rose : ces produits mixtes qui sont plus chers quand on est une femme* », <https://www.marieclaire.fr/,taxe-rose-ces-produits-mixtes-qui-sont-plus-chers-quand-on-est-une-femme,786067.asp>; LCI propose « un grand format » intitulé « *« Taxe rose » : pourquoi les produits destinés aux femmes sont-ils plus chers* », <https://www.lci.fr/conso-argent/taxe-rose-pourquoi-les-produits-destines-aux-femmes-sont-ils-plus-chers-2100856.html>; Franceinfo réalise une vidéo sur le sujet : « *on vous explique ce qu'est la « taxe rose » pratiquée dans les grandes surfaces* », <https://www.facebook.com/franceinfovideo/videos/taxe-rose-pourquoi-les-filles-se-font-avoir/1415441431832684/>, consultés le 15 mars 2019 à 21h45.

²³⁹ Ce collectif se revendique comme étant féministe.

²⁴⁰ Le rapport, intitulé *Etude sur les différences de prix entre certains produits et services selon genre*, a été rendu au parlement le 15 décembre 2015. Les résultats y figurant ne sont pas corroborés par ceux délivrés par le Conseil du statut de la femme au Québec, également commanditaire d'une enquête « *La taxe rose : marketing, consommation et inégalités entre les sexes* », deux ans plus tard. Cependant, des spécificités liées au contexte socioculturelle et sociogéographique peuvent exister en la matière ne nous permettant pas de trancher cette

faveur des femmes, tantôt en faveur des hommes amenant son auteur à démentir l'effectivité de la taxe rose. Il est cependant admis dès le point suivant que « *les produits faisant l'objet de campagnes publicitaires ciblées (vers les femmes ou vers les hommes) sont susceptibles d'être affectés d'un surcoût, expliqué principalement par des objectifs de mercatique ou bien par la mise en œuvre de stratégies de communication ciblées, le coût devenant ainsi un élément de différenciation justifiant les qualités revendiquées* ». Pour le dire autrement, la différence justifie le prix et ce, quelles que soient les prestations offertes. Des pratiques qui ne sont pas sans rappeler celles utilisées par les centres de remise en forme réservés aux femmes enquêtés dans le sens où ces derniers procèdent effectivement à des campagnes publicitaires genrées, mettent en place des stratégies marketing distinctives justifiées par le caractère démixé de leur proposition commerciale et affichent une tarification plus élevée.

Outre les différences relevées en termes d'affichage, de positionnement et de propositions de services, il n'est pas anodin de constater que ces supports communicationnels s'inscrivent pleinement dans ce que Robert Connell (1983) nomme un « *régime de genre* », entendu comme l'état des rapports sociaux de sexe dans un contexte donné. Cela se vérifie à travers ses quatre aspects que sont « *les symboles, (...) la division sexuée du travail, (...) les modalités concrètes d'interaction [et] les rapports de pouvoir* » (Frayssé et Mennesson, 2009, 27).

Si nous considérons tout d'abord la première dimension, la symbolique, elle s'apprécie à travers les slogans ou les mentions de notoriété qui rappellent, voire se font les promoteurs, des impératifs de « beauté », de « minceur » et de « forme » (Pagès, 2001 ; Meidani, 2003 ; Le Breton, 2010a) qui pèsent sur le corps de leurs adhérentes. En procédant ainsi, les salles de fitness positionnées sur le segment du réservé aux femmes appliquent et reproduisent les codes de la publicité, qui pour vanter les qualités des produits ou services « *s'appuie sur la mise en spectacles des normes dominantes en matière de genre, tant au niveau des pratiques que des représentations sociales* » et ce, même si elles sont questionnées, dénoncées au regard de leur non-conformité au principe d'égalité entre les femmes et les hommes (Neyrand²⁴¹, 2014, 107). En ce sens, on comprend que démixer la pratique ne permet pas de s'affranchir des normes corporelles dominantes. Cependant, nous devons rester prudente, à ce stade, dans le sens où les publicités visuelles demeurent plus mesurées sur cet aspect²⁴², en mettant en scène à la fois des

question.

²⁴¹ Gérard Neyrand s'est notamment intéressé à la place des normes genrées dans la construction du corps et de l'identité chez l'enfant.

²⁴² Si on les compare aux supports communicationnels de leurs homologues mixtes.

corps répondant à celles-ci et d'autres considérés comme déviants, porteur de stigmates (Goffman, 1975). Deux hypothèses pourraient être formulées en ce sens. Tout d'abord, il s'agirait pour ces établissements d'un nouveau genre de mettre à distance les remarques qui ont pu être faites à leurs concurrents mixtes s'agissant des regards, des jugements évaluatifs portés sur les individus ne répondant pas aux canons de beauté (Haissat et Travailot, 2012), en signifiant visuellement la démocratisation de leurs espaces à toutes les femmes quel que soit leur profil social et morphologique. Ainsi, en associant la non-mixité en leur sein à l'idée que ces structures accueillent des femmes au profil hétérogène, les salles unisexes se présentent comme des lieux de pratique moins discriminants²⁴³. Ensuite, il pourrait également s'agir de valoriser et de prouver l'efficacité de leurs propositions de services. Car en recourant à la publication régulière de photographies représentant leurs adhérentes, ces organisations donnent à voir leur évolution corporelle, leurs résultats au fil des séances menées. Cette volonté est clairement affichée lors de la diffusion d'images avant/après²⁴⁴. Nous aurons l'occasion d'y revenir au cours du Chapitre 5.

L'expression des « régimes de genre » peut également s'apprécier à l'aune de sa deuxième dimension, celle de « la division sexuée du travail ». Force est de constater qu'elle constitue l'essence même du concept porté par ces centres compte tenu de l'interdiction d'accès et d'adhésion aux hommes, qui empêche la coexistence physique des deux sexes au sein de leur espace de pratique dans un lieu perçu habituellement comme étant tous public (Travailot, 1998). Pour sceller le caractère démixé de leurs propositions de services, ces organisations sportives ont « adapté », pour les citer, leurs activités ainsi que leur matériel, aux spécificités de leur clientèle : les femmes. Ce faisant, la pratique de la musculation avec ses charges, ses poids, s'est vue évincée de la programmation au profit de *circuit-training* à résistance hydraulique pour tonifier, raffermir les muscles mais sans le volume (Meidani, 2005). Un choix qui ne serait que le reflet des attentes des femmes. Si on en croit leurs supports communicationnels, leurs conditions de pratique répondraient donc parfaitement aux « caractéristiques du pratiquer féminin » (Louveau, 1998, 49)²⁴⁵. Mais quel que soit l'argument avancé, le constat demeure identique, ces institutions perpétuent l'idée de la division du travail corporel en fonction du sexe (Louveau, 2007) et reproduisent les stéréotypes de genre déjà de mise dans le domaine sportif (cf. Chapitre 1). Et au regard de la majorité d'encadrantes représentées sur les supports visuels de ces salles, qui invisibilisent de fait les professionnels

²⁴³ C'est ce que nous questionnerons au cours des Chapitres 4 et 5.

²⁴⁴ Concrètement, il s'agit de photographies montrant les femmes avant leur transformation corporelle et après.

²⁴⁵ C'est ce que nous mettrons à l'épreuve des effets dans le prochain chapitre.

du sexe opposé, nos premières analyses tendent à montrer que la division sexuée est également opérante du côté des membres du personnel. Si la profession d'encadrant.e, ou de *coach* pour reprendre le terme consacré par le milieu, ne peut s'apparenter à un métier dit féminin ou masculin²⁴⁶ comme on peut le voir dans nombre de secteurs d'activités (cf. Chapitre 1), elle semble pourtant « avoir un sexe » dès lors que l'on se retrouve dans un cadre non-mixte. Tout se passe comme si seules des femmes pouvaient encadrer et animer les activités d'entretien corporel dédiées à leur sexe, comme s'il était nécessaire d'appartenir au même genre. La symbolique est forte et n'est pas sans rappeler la manière de faire d'autres espaces ayant trait au corps, comme celui des instituts de beauté, étudiés par Yvan Jablonka (2015, 8) qu'il qualifie de « *salon pour dames* », ou encore des cours de préparation à l'accouchement décrits par Béatrice Jacques (2012).

Ensuite, en imposant une non-mixité de genre en leur sein, les institutions sportives étudiées souhaitent repenser « *les modalités concrètes d'interaction* », qu'elles soient verbales ou non verbales. Et cela passe par exemple par la suppression du regard des hommes et/ou de toute situation de drague hétérosexuelle, pour encourager une homosociabilité entre les clientes et quasi homosociabilité entre les membres du personnel et ces dernières. Si, à ce stade de l'enquête, nous ne sommes pas en mesure de le qualifier précisément ou même de préciser ce qu'il adviendrait d'éventuels rapports entre les professionnels et leurs adhérentes ou encore des rapports homosexuels, il n'en demeure pas moins que les interactions données à voir par leurs supports communicationnels sont pensées avant tout au prisme de la séparation des sexes. D'autant que si nous convoquons, une fois encore, les études menées par Yvan Jablonka (2015) et Béatrice Jacques (2012), il y a fort à parier que les interactions de mises au sein de ces entre-femmes comportent nombre de spécificités qui ne sauraient être observées au sein des établissements de remise en forme accueillant indistinctement des femmes et des hommes parmi leurs client.e.s.

Enfin, chacun de ces éléments peut témoigner des « *rapports de pouvoir* » à l'œuvre au sein des salles de fitness unisexes. Il s'agit bien, tout d'abord, de rappeler aux femmes les « *règles et usages [qui] gouverne[nt] l'expression par l'apparence* » (Duflos-Priot, 1987, 248) - afin qu'elles travaillent leur corps conformément à leur assignation de genre, en vue de tendre vers les canons de beauté pour le rendre légitime. Une légitimité qui passe inévitablement par le « *regard social (...) qui doit toujours une part de son efficacité au fait qu'il trouve chez celui*

²⁴⁶ Nous aurons l'occasion d'y revenir plus longuement au cours du Chapitre 4.

auquel il s'applique la reconnaissance des catégories de perception et d'appréciation qu'il lui applique » (Bourdieu, 1977, 52). Il s'agit bien enfin d'opérer une séparation des sexes pour mieux cibler et adapter le travail d'embellissement corporel et/ou pour mieux « préserver » leurs pratiquantes des hommes, des entreprises de séduction, de leur regard auxquels certains d'entre eux s'adonneraient.

Les résultats de cette première enquête semblent prometteurs mais ne pourraient pour autant nous contenter. Il convient désormais de franchir les portes des centres de remise en forme strictement réservés aux femmes pour dépasser la mise en scène commerciale, pour certifier ou non ce qui a d'ores et déjà pu être mis au jour, pour saisir de manière plus précise ce qu'il se joue au sein de ces entre-femmes.

Chapitre 4 : Espaces (non)mixtes, si différents ?

Introduction

Depuis leur apparition en France au cours des années 1970, les salles de remise en forme accueillent, sans aucune distinction, des femmes et des hommes souhaitant s'adonner à des activités d'entretien corporel. Si la coexistence des deux sexes au sein d'un même espace de pratique apparaît somme toute relative - dans le sens où elle ne s'est pas accompagnée d'une réalisation conjointe de leurs efforts²⁴⁷, « *chacun travaill[ant] électivement ce qui symbolise son identité de sexe et les assignations sociales et culturelles qui y sont liées* » (Louveau, 2007, 62-63), - elle prévaut au nom du principe de mixité. Et plus encore, à l'heure où l'interdiction en raison du sexe constitue une pratique discriminatoire répréhensible²⁴⁸. L'apparition d'un produit fitness strictement réservé aux femmes est, cependant, venue contrecarrer le modèle établi du « faire-ensemble », si tant est qu'on puisse le qualifier ainsi. Car, il n'est plus à démontrer que « *la taxinomie sexuelle binaire du féminin et du masculin [qui] imprègne de façon simpliste une lecture de l'espace social* » - associant le privé et l'intérieur aux femmes, le public et l'extérieur aux hommes – empêche les unes et les autres de bénéficier d'« *une légitime équité sociale et spatiale* » (Di Méo, 2012, 72-76). Pour Magalie Bacou (2014, 190), qui s'est intéressée aux activités de loisirs des filles et des garçons, cette opposition tient au fait que les seconds « *se sentent plus légitimes que les [premières] dans les espaces publics ouverts et collectifs tandis qu'[elles] privilégient les espaces clos en petits groupes* ». Les travaux menés par Horia Kebabza (2006, 25), sur les quartiers populaires, font également part de cette idée mais pour l'auteure, la séparation sexuée dans l'espace urbain va au-delà du simple usage et du sentiment de légitimité, elle est inscrite telle une « *règle qui [a] force de « lois »* ». Analysées conjointement, leurs conclusions laissent entendre que cette différenciation n'est jamais remise en cause, elle semble aller de soi tant le travail d'incorporation des instances socialisatrices se fait lourd à cet égard. Et, malgré le caractère contraignant autant qu'arbitraire sur lequel reposent les modèles de comportements sexués, ils se perpétuent tant le monde social, à la manière d'une institution totale, socialise les femmes et les hommes à leur identité de genre (Lahire, 2001).

Le monde sportif l'illustre également à bien des égards, puisqu'il donne à voir une minorité de licenciées (15% contre 26% pour les garçons) et qui, de surcroît, se distribue inégalement dans

²⁴⁷ Cela a été développé précédemment dans le [Chapitre 3](#).

²⁴⁸ Si ce n'est en-dehors de certaines exceptions encadrées par la loi.

les activités sportives, créant ainsi « *des îlots non mixtes féminins* » (Raibaud, 2014, 11) comme dans les fédérations de danse, d'éducation physique et de gymnastique volontaire, de gymnastique, de twirling bâton ou encore d'équitation²⁴⁹. Cette surreprésentation des unes peut être imputée à la manière dont le corps et son apparence sont mis en scène dans ces disciplines, à l'instar de la danse. Pierre-Emmanuel Sorignet (2014, 127-129), en s'attachant à l'étude du métier de danseur, fait état tout d'abord de la nécessité pour un homme de retravailler « *ses dispositions corporelles initiales* » en vue d'acquérir une technique corporelle et des compétences « *perçues comme 'féminines'* », puis des « *propriétés féminines de ce métier* » avant de conclure sur le fait que c'est « *un univers professionnel dit féminin* ». C'est le cas précisément de la gymnastique rythmique qui « *valorise une forme d'hyperféminité* ». Ces actions apparaissent ainsi sur « *l'espace des sports comme des pratiques idéales typiques du 'féminin'* » (Menesson, Visentin et Clément, 2012, 591). Car finalement, en participant à la mise en jeu des corps, pensés non plus comme une simple enveloppe biologique mais bien comme un lieu d'expression de normes et d'injonctions sociales, les activités physiques et sportives sont devenues le théâtre des comportements genrés²⁵⁰ (Frayssé et Mennesson, 2009).

Mais contrairement aux pratiques précédemment décrites, où la non-mixité est constatée de fait sans qu'aucun interdit réglementaire ne l'impose, les salles de remise en forme strictement réservées aux femmes revendiquent le caractère restrictif de leur accès, produits et services en fonction de l'appartenance de sexe²⁵¹. En s'affranchissant du principe de mixité, elles entendent donc rétablir une forme d'égalité. Au regard de la formule consacrée par Nicole Mosconi (2004) précisant que la mixité est une condition *sine qua non* à l'obtention de l'égalité entre les sexes, cette idée apparaît surprenante, pourtant aujourd'hui encore, « *faire de la mixité un espace égalitaire reste un combat de chaque jour, contre les préjugés, les habitudes bien ancrées, contre les privilèges acquis de quelques-uns* » (Fortino, 2002, 226). Et cette lutte peut se traduire par l'imposition d'une ségrégation sexuée, comme le montre Clothilde Talleu (2011) dans son rapport portant sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans le domaine sportif. Force est de constater que les initiatives proposées dans un cadre démixé ont porté à

²⁴⁹ Les filles représentant entre 79% et 94% des licencié.e.s dans ces fédérations, selon Yves Raibaud (2014).

²⁵⁰ Cet aspect a fait l'objet d'un développement au cours du [Chapitre 1](#).

²⁵¹ L'article L121-11 du Code de la consommation précise qu'il est interdit de refuser une prestation de services à un consommateur sauf motif légitime dont profitent ces centres. Dans le cadre présent, les salles de remise unisexes interdisent l'accès aux hommes, ce qui pourrait constituer un motif discriminatoire. Néanmoins, la loi n°2008-496 du 27 mai 2008, admet quelques exceptions pour des motifs là encore dits légitimes. Ces textes sont disponibles aux adresses suivantes : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000032227270&cidTexte=LEGITEX T000006069565> et <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000018877783>, consultés le 17 juin 2019, à 18h45.

conséquence puisqu'elles ont facilité l'accès et l'adhésion des sportives à des bastions communément associés au masculin²⁵². Et c'est justement dans cette démarche que tentent de s'inscrire les centres de remise en forme unisexes, en se faisant les instigateurs d'une activité physique adaptée à toutes les femmes quel que soient leur âge, leur morphologie, leur rapport au sport et à leur corps. Volontairement inclusifs dans un espace exclusif au regard du sexe, ces entre-femmes permettraient de se prémunir des jeux de regards (Ernst et Pigeassou, 2005), des jugements normatifs portés sur l'apparence physique (Haissat et Travaillet, 2012), des entreprises de séduction (Bessy, 1987) effectifs au sein de leurs homologues mixtes ; tels sont les arguments commerciaux usités par les représentant.e.s de ces institutions pour légitimer la non-mixité de leur espace de pratique.

Pour y parvenir, ils ont parié sur des propositions et des dispositifs originaux nous amenant à analyser premièrement les espaces mis à disposition du public à travers leur agencement et leurs éléments décoratifs ; deuxièmement, la manière dont les clientes coexistent dans cet entre-soi ; troisièmement, les conséquences de l'interdiction d'accès et d'adhésion faite aux hommes sur la pratique des adhérentes, et ce à l'aune de ce qui a déjà pu être observé par d'autres chercheur.e.s dans le cadre d'établissements mixtes. Mais découvrir l'envers du décor implique de réduire la distance aux salles enquêtées pour se confronter à l'effectivité de leur quotidien et non plus à celui mis en scène dans leurs supports promotionnels.

1. Un espace de remise en forme adapté au « pratiquer féminin »

1.1. Dissimuler pour plus « d'intimité »

A l'image de « *la cabine de l'esthéticienne (...) conçue comme un cocon*²⁵³ » de par « *l'absence de fenêtre [qui] augmente l'intimité* » (Jablonka, 2015, 63-64), les structures privées marchandes réservées aux femmes se distinguent de leurs homologues mixtes²⁵⁴, par leur volonté de créer une « bulle » de pratique, « *un cocon relativement fermé* » pour reprendre un gérant interrogé (Thibaut, 46 ans), où tout contact visuel avec le monde extérieur est rompu dès

²⁵² Les constats et propositions émis dans ce rapport ont été développés plus largement au cours du Chapitre 1.

²⁵³ On retrouve également le terme de « cocon » dans les travaux de Morgan Cochenec portant sur les professionnel.le.s travaillant dans le domaine de l'esthétique-cosmétique.

²⁵⁴ Aujourd'hui, il suffit d'arpenter les rues pour voir, à travers les vitres, les client.e.s des centres de remise en forme courir sur un tapis de course, s'adonner sur un vélo elliptique ou suivre un cours collectif. C'est le cas notamment des salles *Keep cool*, *Basic fit*, *Gymstreet* ou encore du *Club de Gym*, toutes situées à Lille.

l'instant où l'on franchit les portes d'une salle de fitness unisexe. Pour ce faire, la majorité²⁵⁵ des établissements implantés dans la région recouvre tous les panneaux de verre garnissant leurs devantures d'une vitrophanie publicitaire. Ainsi, « *de l'extérieur, tu vois absolument rien* » (Renaud, 24 ans, encadrant), « *comme ça, elles sont cachées* » (Mégane et Mélanie, 32 et 28 ans, gérantes et encadrantes), comme le montrent les Photographies 19.

Photographies 19

Devantures de salles indépendantes ou franchisées



Sources : Photographies prises par Louchet, C. devant différentes structures réservées aux femmes de la région.

Questionnés à ce sujet au cours d'entretiens, plusieurs dirigeant.e.s précisent que c'est une préconisation émise par les franchises elles-mêmes : « *la politique (...), c'était il faut que tout soit fermé* », afin de neutraliser le vis-à-vis. Avec le recul, et les expériences accumulées au fil des mois voire des années, il.elle.s expliquent combien la création d'un espace fermé - à l'abri des regards extérieurs - est devenue, selon eux, une condition *sine qua non* à la pratique physique de leurs adhérentes. « *Le premier jour, on n'avait pas de vitrophanie de ce côté-là mais les voitures, limite, elles s'arrêtaient (...) pour regarder les femmes en train de faire du sport* » (Mégane, 28 ans, gérante et encadrante). Et ce constat n'est pas isolé. Renaud (24 ans), encadrant dans un autre établissement précise qu'il arrive régulièrement que des gens s'arrêtent devant la vitrophanie pour tenter de regarder, en vain, ce qu'il se passe à l'intérieur. D'après Dominique (58 ans, gérante), ces situations lui enlèvent toute envie de procéder autrement : « *j'imagine pas un club comme le nôtre avec des vitres non opaques quoi. Ça me paraît difficile* ». Pourtant, comme le rappellent Romain (22 ans, encadrant) et Béatrice (28 ans, encadrante), la « tendance » actuelle, au sein des établissements mixtes du moins, est toute autre. En effet, elle consiste à ouvrir les espaces de pratique vers l'extérieur : « *t'as déjà été*

²⁵⁵ Sur les quarante-et-une structures, au moins trente-et-une disposent d'occupants, trois ne présentent aucun vis-à-vis (fenêtres situées à l'étage), une ne bénéficie d'aucune ouverture au sein de l'espace de pratique. Seules deux structures de la région résistent à cette « intimité forcée », et ce choix est assumé par le dirigeant qui au cours de l'entretien précise : « *100% féminin, ça veut pas dire être enfermé* ». Nous ne pouvons renseigner cette modalité pour quatre établissements, ces derniers ayant fermé définitivement leurs portes au début de notre travail doctoral.

chez Domyos ? T'arrives, t'es dans une vitrine quoi et t'as des tapis. T'as vingt-cinq tapis qui sont en face des vitrines et quand t'arrives, t'as tout le monde qui te voit en train de courir », « maintenant y a beaucoup de vitrines voilà tu marches dans la rue tu peux regarder ceux qui font du sport ». Si, selon eux, ce choix ne serait guère apprécié par les femmes inscrites dans les structures unisexes, « les filles c'est pas ce qu'elles recherchent. Elles sont là pour elles, pour pas se prendre la tête, pour pas être forcément regardées » (Romain, 22 ans, encadrant), il apparaît comme une stratégie marketing supplémentaire pour attirer de nouvelles clientes au sein des centres de remise en forme mixtes. Béatrice (28 ans, encadrante) reconnaît qu'« effectivement, c'est peut-être bien pour les gens qui sont dehors et qui se disent 'tiens, ça a l'air pas mal' » - car il faut le dire « ça perturbe beaucoup de gens que ça soit opaque à l'extérieur » (Dominique, 58 ans, gérante), « y en a beaucoup qui hésitent à rentrer » (Jennifer, 30 ans, encadrante) - mais demeure inquiète des positions imposées par l'utilisation de certaines machines. Pour l'illustrer, elle prend un exemple concret : « quand t'as une fille qui est sur la machine abducteurs-adducteurs (rires) [qui consiste à écarter les jambes puis à les refermer] juste devant la vitre et qu'y a quelqu'un qui regarde effectivement c'est pas top. (...) Pour les gens qui sont en train de faire du sport, c'est pas forcément agréable ». Les mouvements imposés par certains appareillages, mis en cause par cette encadrante, ne sauraient se reproduire dans le cadre de cours collectifs. Pourtant, là encore la dissimulation est de mise. Ponctuellement, quand les conditions météorologiques sont jugées propices, ces derniers peuvent se dérouler en-dehors des murs de l'établissement mais, cela nécessite un aménagement spécifique comme le décrit cette responsable : « quand il fait beau, bah j'ai un drap en fait et je recouvre toute la barrière qui y a devant pour pas que les gens devant ou dans la rue regardent quoi » (Nadège, 40 ans, gérante).

En l'absence de dispositions prises, les professionnel.le.s s'exposent aux remarques de leur clientèle. Nous avons d'ailleurs pu en être témoin à deux reprises, au cours de l'enquête de terrain. En effet, lors de nos observations dans un établissement interdit aux hommes, deux femmes venues s'informer des abonnements ont montré à la responsable qu'une fenêtre, donnant à une cinquantaine de mètres sur une route fréquentée, était dépourvue d'occultants, « j'ai vu que là y'a rien pour cacher, vous allez mettre quelque chose pour pas qu'on voit ? ... J'aime pas qu'on voit à l'intérieur ». Une situation analogue s'est produite dans une salle concurrente. Cette fois, une cliente avait choisi un DVD de renforcement musculaire afin de s'entraîner seule dans la « salle vidéo-training ». Cependant, elle revient très rapidement pour rendre le support au gérant. « Vous avez changé d'avis ? » lui demanda-t-il. « Non, mais là, en l'état, il y a des griffes très larges dans les posters des vitres, on peut me voir et ça me dérange »

lui répondit-elle en se dirigeant vers les vestiaires. Dès le lendemain, des rideaux opaques avaient été posés pour remédier au « problème ». Deux autres professionnelles du secteur ont également dû procéder au changement de leur vitrophanie suite aux plaintes d'une partie de leurs abonnées : « *avant, on avait mis une autre [forme d'occultant], le soir on nous voyait, elles aimaient pas trop. En fait si tu veux, en journée comme ça, ça se voyait pas mais dès que le soir ... tombait, on voyait tout ce qu'il se passait. On voyait de l'extérieur. [Maintenant avec] celui-là on voit rien*²⁵⁶ » (Emeline et Jessy, 34 et 32 ans, gérantes et encadrantes).

L'inquiétude s'agissant d'un éventuel vis-à-vis émane très ponctuellement des membres de l'entourage de rares pratiquantes, les hommes en particulier. Béatrice (28 ans, encadrante) revient sur le cas d'une cliente qui a rencontré toutes les difficultés à trouver un établissement, où elle pouvait pratiquer une activité d'entretien corporel, en cause la jalousie²⁵⁷ de son conjoint. Celui-ci lui imposant des critères de sélection très précis et limitants : la structure se devait d'accueillir uniquement des femmes, les membres du personnel être du même sexe et les regards extérieurs neutralisés. Dès lors, le choix se voulait particulièrement restreint. Si le centre dans lequel elle s'est inscrite remplit ces conditions, il l'accompagne tout de même jusqu'au parking de l'établissement et l'attend durant toute la durée de sa séance. D'autres hommes, très rares, font, quant à eux, directement part de leur inquiétude aux responsables des centres de remise en forme, les plus insistants demandant à visiter les locaux afin de vérifier par eux-mêmes l'absence de vis-à-vis. Mais, ces requêtes n'ont jamais été satisfaites selon les dires des gérant.e.s et encadrant.e.s. comme nous le raconte Hassen (23 ans, gérant) au cours d'un entretien : « *il ne faut pas de vis-à-vis (...), il y en a qui veulent rentrer je leur dis 'écoutez non, même moi qui travaille ici je ne peux pas rentrer donc... (...)' . Il y en a qui nous appelle, 'est-ce que ma femme, elle est rentrée ? Est-ce qu'elle est encore là ?' Oui, on sait que ça existe* ». A travers le contrôle, la surveillance, les restrictions imposées, ces exemples montrent que même en l'absence d'hommes dans le cadre de la pratique, la domination masculine (Bourdieu, 1998) et plus précisément ici la « *domination rapprochée* » (Memmi, 2008) - entendue comme étant l'expression d'une domination et d'une hiérarchisation d'ordre privé - continue à s'exercer, entravant ainsi l'activité physique des femmes.

Ces représentations, parfois fantasmées, souvent appuyées sur des expériences vécues (observations, discussions avec les clientes, etc.), ont amené les représentant.e.s de ces

²⁵⁶ Ces propos ont été tenus dans le cadre d'un entretien.

²⁵⁷ C'est en tout cas l'explication donnée à l'encadrante.

institutions à souhaiter préserver « *l'intimité*²⁵⁸ » de leurs adhérentes ; et éviter ce que d'autres lieux dédiés aux soins de la personne peuvent connaître, à l'image des salons de coiffure au sein desquels les client.e.s, « *exposés aux regards des passants et des autres clients qui leur sont tout aussi inconnus, se sentent parfois mal à l'aise [d'autant qu'il.elle.s sont] débarrassés des artefacts de la séduction* » (Desprat, 2015). Le regard extérieur, considéré comme une « gêne » voire une « agression », dans le cadre de la pratique physique des femmes concernées, est donc supprimé comme pour les « *établissements de bains [qui] instaurent de nouveaux rapports avec soi-même, son propre corps et les autres ; le baigneur [étant] cloisonné dans un espace privé et aveugle qui le sèvre du regard* » (Corbetta, 1997, 99). Plusieurs adhérentes se satisfont de cette disposition, comme Nadine (52 ans, professeure des écoles) « *oui, c'est mieux. Oh, je suis plus à l'aise quand même* », ou Justine (23 ans, assistante maternelle dans une crèche) « *je trouve que c'est bien justement que les personnes de l'extérieur puissent pas regarder, faire les curieux* ». Et quand une personne se risque à jeter un regard indiscret, les réactions des adhérentes ne se font pas attendre, comme le raconte Renaud (24 ans, encadrant) au cours d'un entretien : « *elles se marrent parce qu'elles se foutent un peu de lui quoi, elles disent 'il nous voit pas mais on le voit et il a l'air d'un con à regarder comme ça'* » ou encore « *'qu'est-ce qu'il veut le vieux pervers là'* ». En apparence de simples anecdotes mais qui, une fois analysées plus finement, sont lourdes de sens. L'emploi des termes « *lui* », « *il* », « *le* » montre que seuls les regards masculins s'avèrent problématiques pour ces pratiquantes, qui n'hésitent pas à juger les hommes concernés défavorablement en les qualifiant de « *con* ». Pire, elles leur confèrent un caractère déviant en les comparant à des « *pervers* ». Tout porte à croire donc que « *face au regard de l'homme, et quelle que soit la nature de l'approche ou de la relation, la femme reste potentiellement objet de désir par le simple fait d'être femme* » (Remaury, 2000, 48). Pourtant, « *tout le monde* » est tenté de savoir ce qui se joue à l'intérieur, les femmes comme les hommes, « *mais forcément les adhérentes, elles relèvent plus les hommes parce qu'une femme, elles s'en foutent* » (Renaud, 24 ans, encadrant). Autant d'éléments qui viennent légitimer et justifier le choix, entrepris par les professionnel.le.s du corps et de la forme, de démixer leur espace de pratique. Mais qu'en est-il véritablement une fois à l'intérieur de ce « *gynécée* » (Jacques, 2012, 109 ; Jablonka, 2015, 26) ?

²⁵⁸ C'est le terme employé par une gérante d'un centre *Curves*.

1.2. Exiguïté et « convivialité » peuvent-ils vraiment rimer ?

Contrairement aux salles de remise en forme accueillant un public mixte du point de vue du genre, les salles réservées aux femmes présentent majoritairement des surfaces restreintes²⁵⁹, inférieures à 250m², en témoignent les Photographies 20.

Photographies 20

Les structures démixées vues de l'intérieur



Sources : La première photographie provient du site internet du centre *Curves* situé à Armentières, quand les deux autres ont été prises par Louchet, C.

Elles regroupent certains centres indépendants tels que *Fitness Pass*, *Fitness Sun* ou *Form'elles* ainsi que l'ensemble des établissements franchisés (*Curves*, *Femmes en forme*, *Lady Fitness* et *Lady Moving*) et sont donc classés parmi les très petites structures (Viallon 2002 ; Hillairet 2013). Nos observations ont mis au jour un manque d'espace, se traduisant notamment par une difficile circulation des pratiquantes dans plusieurs salles aux heures d'affluence, par la réalisation de l'exercice de corde à sauter sur le seuil de la porte d'entrée d'un centre *Lady Fitness* ou encore par la mise en place d'une procédure d'inscription lors des cours collectifs proposés au sein de certaines structures *Curves*²⁶⁰. Plusieurs professionnel.le.s travaillant dans des établissements franchisés ou indépendants reconnaissent d'ailleurs que « *c'est un peu étriqué comme espace (...). Des fois, il faut un peu attendre pour aller se changer (...) il fallait pousser les murs parce qu'elles étaient trop nombreuses pour la Zumba* » (Renaud, 24 ans, encadrant) ; j'ai « *dix-huit places disponibles, j'ai pas le choix. J'ai des saturations de temps en temps* » (Cécile, 30 ans, gérante et encadrante), « *on avait 140 m² donc c'est un peu limité pour avoir des douches, des vestiaires, une partie esthétique aussi, plus une partie coaching, plus une salle de cours. Notre salle était bien optimisée mais il n'y avait pas assez de*

²⁵⁹ Parmi les quarante-et-une salles enquêtées, trente-deux disposent de surfaces restreintes inférieures à 250m², six disposent d'un local compris entre 250 et 500m². Une information que nous n'avons pu renseigner pour trois établissements.

²⁶⁰ Ce constat a notamment pu être réalisé au sein du centre *Curves* situé à Valenciennes, qui propose chaque semaine des cours de *Zumba* sur le *circuit-training*.

superficie » (José, 44 ans, gérant et encadrant), ou encore « *nous, on a un problème de place ici, donc c'est pour ça qu'on propose pas la Zumba* » (Caroline, 33 ans, gérante).

Et cela n'a pas échappé aux clientes : « *quand j'ai vu l'espace, je me suis dit hou la la, c'est un peu petit quoi* » (Samia, 33 ans, femme au foyer) ; Lisa (51 ans, commerciale) « *trouve ça très petit, (...) il manque d'espace* », un qualificatif que l'on retrouve de manière récurrente dans le discours des femmes interrogées. Cette petitesse inquiète Solène (42 ans, assistante maternelle) et Annie (52 ans, agent d'entretien) au moment de souscrire leur abonnement, qui s'interrogent sur le déroulement des séances au quotidien « *c'est petit, si on y va tous en même temps, on fait comment ?* ». Les professionnel.le.s interrogés se veulent majoritairement rassurants « *y'a vingt places [dans l'établissement]. Et c'est jamais arrivé qu'il y ait un bouchon entre guillemets* » (Mélanie, 25 ans, gérante) puisqu'« *en fait y a un roulement perpétuel. Toutes les adhérentes, elles arrivent au moment où elles peuvent par rapport à leurs dispo, elles intègrent le circuit, elles font leur séance de trente minutes, elles terminent et entre temps y en a d'autres qui arrivent. C'est vraiment un roulement comme ça* » (David, 26 ans, encadrant). Malgré la petitesse des locaux, aucune adhérente des centres de remise en forme franchisés de la région ne fait état d'un quelconque désagrément subi lors des créneaux enregistrant une forte affluence car finalement il s'avère que « *c'est assez fonctionnel* » pour reprendre les termes employés par Hélène (28 ans, infirmière), une adhérente interviewée. Cette fonctionnalité tient au mode d'organisation de ces structures dont le *circuit-training* constitue l'activité principale. Pour rappel, il consiste en la réalisation d'un parcours combinant entre huit et douze machines et ce, sur une durée de trente minutes. Un temps de pratique réduit encourageant un renouvellement constant de la clientèle, y compris aux heures d'affluence. Mais pour les structures indépendantes, notamment celles accessibles en libre-service et proposant plus de diversité en termes de services et de matériel, il en est autrement. Plusieurs entretiens menés avec des pratiquantes montrent combien elles pâtissent de l'exiguïté des locaux : « *Y a des moments, y a trop de monde, donc on peut pas aller sur les machines. (...) Même pour les vélos, les vélos elliptiques, les tapis des fois y a plus rien, (...) on attend pour avoir les machines (...). Une fois, on a attendu une heure et on est reparties, c'était l'heure où tout le monde venait faire son cours quoi* » (Carla, 27 ans, mère au foyer) ; « *le problème, c'est quand vous arrivez et que c'est plein, quoi. C'est bien quand y a pas trop de monde, mais, heu, parfois les appareils sont un petit peu confisqués, entre guillemets* » (Patricia, 62 ans, retraitée) ; « *maintenant j'ai ciblé les moments à peu près où je sais qu'y aura personne. (...) Par exemple, le mardi à un moment donné heu, je me suis dit, bon allez c'est même pas la peine* » (Stéphanie, 45 ans, psychologue) ; « *je préfère choisir les créneaux où y a moins de monde (...) parce que [sinon] je peux pas aller*

forcément à la machine où j'ai envie » (Nadine, 52 ans, professeure des écoles). Ces superficies réduites ne sont donc pas sans conséquence sur l'activité commerciale des établissements démixés. Elles contraignent les abonnées à adapter leur emploi du temps en fonction de l'affluence et les gérant.e.s à une optimisation de chaque mètre carré comme l'explique ce professionnel : « *le cours de Zumba se passait (...) à l'endroit où se trouvent les machines de renforcement musculaire [donc] je devais à chaque fois déplacer toutes les machines (...) [pour] les remettre ensuite* » (Sylvain, 46 ans, gérant et encadrant). Cette concentration du public et du matériel dans un espace relativement restreint (Bessy, 1987) amène inévitablement à une certaine forme de spécialisation, comme le reconnaissent Caroline (33 ans, gérante) « *honnêtement on n'a pas assez place* » pour proposer des cours de Zumba en plus du *circuit-training* et Sylvain (46 ans, gérant et encadrant), « *soit on propose des cours collectifs (...) soit on fait du renforcement musculaire [mais] je crois qu'on ne peut pas jouer (...) sur les deux tableaux* ». Pour toutes ces raisons, les salles de remise en forme interdites aux hommes proposent majoritairement des *circuit-training*, qui se composent de plusieurs machines de renforcement musculaire auxquelles s'ajoutent parfois du matériel destiné à un effort cardio-vasculaire²⁶¹. Interrogés sur ce choix, les dirigeant.e.s fournissent plusieurs pistes explicatives.

La première tient au prix des loyers et des charges, plus l'espace commercial est grand plus les coûts augmentent²⁶². Ce critère apparaît donc comme l'un des points décisifs s'agissant de définir le local et l'implantation adéquats. Les franchises recommandent en ce sens des surfaces inférieures à 300m², afin de minimiser les charges locatives, qui ne doivent pas excéder, dans la mesure du possible, les 2 000 euros mensuels²⁶³. Ces préconisations sont souvent synonymes de concessions, comme l'expliquent ces responsables, également encadrantes au sein d'un établissement indépendant, « *on aurait pu avoir pignon sur rue mais après avec le montant du loyer...* » (Sophie et Cathy, 35 et 33 ans). En avril 2015, un gérant a même convoqué ce seul motif pour annoncer à sa clientèle la fermeture de sa structure : « *le montant très élevé des loyers au centre de [la ville], les charges en augmentation constante (...) rendent chaque mois la situation plus complexe*²⁶⁴ ». Deuxième argument, celui de l'imposition d'une certaine forme

²⁶¹ Selon les établissements, le nombre de machines constituant le *circuit-training* peut varier, mais globalement dix sont proposés. On peut noter une particularité au sein des établissements *Curves*, entre chaque appareil se trouve une station de récupération ce qui augmente la capacité d'accueil du *circuit-training*.

²⁶² Il en va de même pour les structures accueillant une clientèle mixte. Mais à la différence des salles réservées aux femmes enquêtées, elles ne restreignent pas leur accès au regard du sexe, faisant des pratiquants hommes une opportunité supplémentaire pour augmenter leur nombre d'abonné.e.s et ainsi leur rentabilité.

²⁶³ Exemple s'appliquant à la franchise *Curves*, et ce toutes taxes comprises.

²⁶⁴ Ce message a été posté, le 10 avril 2015, sur la page *Facebook* de la structure.

de proximité physique et donc dialogique, entre adhérentes. Car déjà dans les années 80, Olivier Bessy (1987, 86) avait montré combien la taille démesurée des « *temples du fitness* » favorisait l'anonymat des client.e.s, à l'instar des grands magasins ou du métro, réduisant les dialogues à leur plus simple expression. Aujourd'hui encore, les salles de fitness mixtes fournissent leurs services dans un espace dont la surface de pratique est rarement inférieure à 500m² (Wipf, Pichot, Bauger et Mischler 2008) et cela influe sur les relations sociales qui s'y instaurent. La libre circulation des abonné.e.s entre les différents espaces proposés par l'établissement contribue « *à un renouvellement constant du public dans la salle (...), à la rareté des regroupements et des échanges* » (Ernst et Pigeassou 2005, 69) et donc à l'individualisation des rapports. Auparavant cliente d'un établissement *Basic Fit*, Sylvie (47 ans, comptable) l'a également éprouvé et explique : « *c'est en individuel là-bas (...). Après c'est vrai, en fait que les autres personnes, bah elles nous parlent pas quoi* ». Et le constat est identique pour Solange (44 ans, assistante maternelle), anciennement inscrite au sein d'un centre *L'Orange Bleue*, qui se souvient des propos tenus par le commercial lors de son inscription « *quand j'y suis allée, c'était heu, 'une famille, c'est super tout le monde se tutoie et tout ça'. Oui effectivement, les premiers temps ouais, j'y allais avec le sourire aux lèvres, heu, je voyais du monde tout ça, et puis après je me suis retrouvée toute seule* ». Cette individualisation des rapports se traduit notamment, selon elle, par le recours à l'utilisation du téléphone portable comme support musical ou pour se divertir au moyen de jeux, par la lecture de magazines mis à disposition du public ou rapportés par les pratiquant.e.s eux-mêmes : « *on voyait qu'ils lisaient [leur magazine] sur le vélo, qu'ils jouaient avec le téléphone portable* ». Les gérant.e.s des salles unisexes semblent avoir intégré ces critiques et présentent la superficie restreinte de leurs structures comme un choix marketing supplémentaire. Il.elle.s sont persuadés - et la rentabilité financière de leur entreprise les y incite - que la diminution de l'espace favoriserait la « *convivialité* » pour reprendre le terme utilisé de façon récurrente par les membres du personnel : « *dans un grand club [sous-entendu pour l'interviewée, mixte,] t'as plein de machines, tout le monde est un peu à droite à gauche. Là, c'est un cercle, donc elles se voient toutes, elles se connaissent toutes (...), ça créé une convivialité* » (Marie, 25 ans, gérante) – « *comme c'est assez petit, c'est assez convivial comme séance, on va dire* » (Nadège, 40 ans, gérante) – « *y a vraiment cette cohésion, je pense ouais le fait que ça soit petit, que ça soit en circuit fermé, ça joue beaucoup, ça c'est clair et net* » (Béatrice, 28 ans, encadrante). Un discours qui fait écho à celui des clientes interrogées, et ce quel que soit leur lieu de pratique actuel « *la salle [mixte] où j'allais, heu, donc avant, c'était plus du hangar. Très ouvert, très ouvert, très grand (...) tandis que là c'est plus cocooning, faut bien, faut bien l'avouer* »

(Patricia, 62 ans, retraitée) et ainsi plus propice à la création d'un lien social « *si on veut parler on va pas crier, et puis c'est plus motivant. On est tous à côté les unes des autres, ça me, moi je trouve ça bien* » (Maéva, 25 ans, pharmacienne ». Pour Catherine (50 ans, assistante de direction), qui a pratiqué au sein de différents établissements privés mixtes ou dans le cadre associatif, et Stéphanie (45 ans, psychologue) c'est même devenu un critère de sélection auquel il n'est aucunement question de déroger : « *un complexe (...) ça m'intéresse beaucoup moins. Je préfère la petite salle où on connaît et c'est plus sympa. (...) T'as plus cette impression chaleureuse, heu, et d'être entre soi* » (Catherine, 50 ans, assistante de direction), dit autrement par Annie (52 ans, agent d'entretien) et Stéphanie (45 ans, psychologue) « *c'est une salle relativement intimiste*²⁶⁵ ».

1.3. Créer un espace où il fait bon vivre

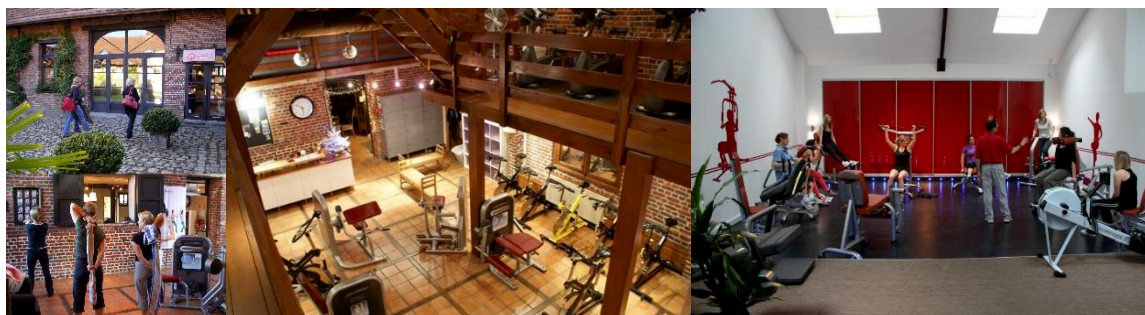
L'exigüité des centres de remise en forme réservés aux femmes n'est pas le seul ressort mobilisé en ce sens. En effet, pour conserver l'esprit « chaleureux » de ces espaces, ils s'inscrivent dans la même veine que leurs homologues mixtes qui ont cherché à donner « *une âme à la salle pour que les gens s'y sentent bien, aient plaisir à venir pratiquer* » en s'attachant à travailler « *l'agencement architectural (...), [l]es éclairages et [l]es décors* » (Bessy, 1987, 84) comme le montrent les images ci-après. Cela irait même au-delà, selon Erving Goffman²⁶⁶ (2002), qui tend à montrer que les éléments décoratifs au sein des entre-femmes se veulent plus raffinés comparés aux espaces dédiés aux hommes. Cela constitue d'ailleurs un critère de distinction comme l'explique cet encadrant interrogé : « *le vrai plus de la salle, c'est son aspect. En gros je pense que la gueule de la salle fait énormément, énormément* » (Romain, 22 ans).

²⁶⁵ Il convient de préciser que ces deux femmes ne sont pas inscrites dans la même structure. L'une est abonnée dans un établissement appartenant à la franchise *Curves*, quand la seconde est cliente d'une structure indépendante.

²⁶⁶ Un constat qui intervient au cours de son analyse des situations rythmées par le faire ensemble ou séparé, autrement dit les contextes où les deux sexes cohabitent parallèlement à ceux où il.elle.s évoluent dans des espaces ou des groupements non mixtes à l'image des bars, gymnases, vestiaires, etc.

Photographies 21

Une décoration qui se veut soignée



Sources : Photographies issues des sites internet de deux salles indépendantes : *Lady Trainer* et *Form'elles*.

Au sein des salles unisexes, ce sont également les peintures murales²⁶⁷ qui ont attiré notre attention : rose et orange pour *Lady Moving*, violet et blanc pour *Curves*, vert pour *Femmes en Forme*²⁶⁸, etc. Les efforts fournis (cf. Photographies 22) ne passent pas inaperçus puisque les clientes interviewées sont élogieuses à ce sujet : « *je trouve que c'est sympa, c'est des couleurs un peu heu, enfin un peu pétantes c'est sympa* » (Stéphanie, 45 ans, psychologue), « *la couleur violette, j'aime bien* » (Lucia, 52 ans, architecte libérale), « *la déco, elle est peps, elle est féminine* » (Carole, 37 ans, aide-soignante), « *c'est un peu girly à la limite, je trouvais ça assez marrant le principe, en plus c'est cent pourcent féminin donc je me suis dit ils ont vraiment fait le truc à fond là-dedans* » (Laure, 21 ans, étudiante), « *la salle de sport où j'allais avant, c'était moche, mais archi moche. [Ici] c'est vrai que la salle est jolie, c'est très girly* » (Marylène, 53 ans, professeure des écoles).

Photographies 22

Un choix de couleurs stéréotypé



Sources : La première photographie a été prise par Louchet, C. dans les vestiaires de l'un des établissements *Bodyfit Club*, quand les suivantes proviennent des sites internet de deux structures *Curves*.

²⁶⁷ Les couleurs contribuent également à donner une identité à chaque salle, permettant de les distinguer les unes des autres.

²⁶⁸ Les différentes couleurs sont souvent en lien avec celles arborées sur leur logo. Nous y avons déjà fait référence au cours du Chapitre 3.

En effectuant un tel rapprochement, les pratiquantes valident les choix coloriels entrepris par les promoteur.rice.s de ces salles et souscrivent par la même occasion aux codes du marketing genré d'une part, ainsi qu'aux stéréotypes de genre dont ils se font l'écho, d'autre part²⁶⁹.

Outre les couleurs qui, selon les dires des clientes, s'accordent avec le positionnement 100% féminin, ce sont également la disposition de plantes vertes, apportant une touche naturelle à la structure, la mise à disposition gratuite de boissons rafraichissantes/chaudes ou encore la création d'un espace détente doté d'un canapé et/ou de fauteuils, etc. qui y participent comme l'illustrent les Photographies 23.

Photographies 23

Des espaces mis à disposition des clientes pour se détendre



Sources : La première photographie a été prise par Louchet, C., les deux autres sont issues des sites Internet des établissements *Form'elles* et *Curves Lens*.

Pourtant, ce dernier demeure bien souvent inoccupé²⁷⁰ comme l'explique Sandra (48 ans, gérante et encadrante) : « *j'avais mis une espèce de petit salon (...) mais en fait, [elles restaient] pas souvent, pas beaucoup* ». Le constat est identique dans d'autres structures comme à *Fitness Pass*, par exemple, où il n'a été utilisé que deux fois par quatre adhérentes en un mois d'observation. Quant à l'espace Tisanerie d'un *Lady Moving*, seules trois pratiquantes s'y sont installées au cours des deux mois passés dans la salle. Cela n'a pas échappé aux gérant.e.s qui déplorent, « *je me suis aperçu que personne ne s'arrêtait après la séance de sport (...) le petit coin détente, en fait ça ne sert à rien* » (Sylvain, 46 ans, gérant et encadrant). Samia (33 ans,

²⁶⁹ Cela a fait l'objet d'une analyse dans le Chapitre 3.

²⁷⁰ Une exception demeure cependant parmi les salles enquêtées, l'établissement *Body Fit Club* situé à Boulogne-sur-Mer. En effet, que ce soit les membres du personnel ou les clientes, tous s'accordent à dire que l'espace détente est occupé presque quotidiennement par de nombreuses femmes comme le montre cet extrait d'entretien « *c'est [la gérante] qui a mis ça en route, le petit coin détente. Elles [Les femmes] boivent un coup, un coup, un café, un thé ou entre deux si, ou si elles arrivent trop en avance, elles s'assoient pour discuter entre elles et tout ça, ouais, ouais, ouais [il est utilisé]* » (Carole, 37 ans, aide-soignante). Nos observations au sein de cet établissement nous ont également permis de le constater, sans que nous puissions en expliquer la raison.

femme au foyer), une adhérente interrogée, tient peut-être l'explication « *on voit que les nanas sont là pour bosser, pour faire heu, heu, le sport quoi, c'est pas un salon de thé* ». Ainsi, on constate que malgré une offre de services volontariste, pratiquer une activité de mise en forme entre-femmes ne modifie pas totalement l'individualisation des rapports mis au jour dans les centres mixtes comme l'expliquent ces deux gérantes : « *c'est toujours convivial mais y a des personnes qui parlent pas forcément avec les autres* » (Dominique, 58 ans) ; « *y en a qui aiment bien [discuter entre elles] et y en a qui aiment pas. Tu vois ça elles nous le disent (...) dès la consultation* » (Sonia, 35 ans) ou encore ces pratiquantes interrogées, à l'image de Stéphanie (45 ans, psychologue) : « *en fait comme j'y vais heu, bah je suis un peu dans mon monde à moi. (...) Je suis avec les écouteurs dans mon truc à moi après bon bah voilà heu, je, je reste aimable hein, je dis bonjour à tout le monde et tout ça mais, je vais pas forcément commencer à discuter et tout* » ; Catherine (50 ans, assistante de direction) « *des personnes que je croise régulièrement n'ont pas le profil, heu n'ont pas le profil entre guillemets des personnes heu, avec qui j'ai envie de, d'approfondir la relation* » et Samia (33 ans, femme au foyer) « *c'est pas un moment blablatage, ni d'échanges. (...) Je vous dis franchement heu, mon temps est compté donc quand je viens c'est pour faire mon sport et après, après je m'en vais quoi* ».

Les nombreux silences éprouvés (cf. Encadrés 8, 9 et 10) lors de nos observations incognito, au sein de différents établissements, montrent également un écart entre le dire et le faire, en témoignent ces trois extraits de notre journal de bord choisis parmi tant d'autres.

Encadré 8

Observations du mardi 30 septembre 2014

Le bruit des machines et plus précisément des pistons est pesant, il ne fait qu'alourdir le silence. Je n'ai aucunement l'impression de me trouver dans une salle de remise en forme, la musique qu'on entend habituellement, une musique rythmée et entraînante qui donne envie de bouger, ne retentit pas, aucun échange entre les pratiquantes ne se fait entendre. Même si elles ne sont pas nombreuses, au maximum cinq durant toute la durée de notre séance, la proximité de certaines d'entre elles pourraient encourager les discussions. Et pourtant, il n'en est rien. Plus les minutes passent plus le silence se fait lourd, me laissant seule face à mon tapis de course, seule face à moi-même d'une certaine manière.

Encadré 9

Observations du mercredi 10 mai 2017

A mon arrivée, seules trois femmes sont présentes sur le circuit et aucune discussion ne se fait entendre entre les pratiquantes. On ne distingue que de temps à autre la voix de Célia, l'encadrante, qui prodigue quelques conseils quant aux postures à adopter sur les machines, qui se veut encourageante avec celles qui luttent pour maintenir l'intensité de leurs efforts jusqu'aux trente secondes imparties et qui accorde quelques mots à chacune de façon individualisée. Mais globalement, c'est bien le silence qui s'est emparé des lieux.

Encadré 10

Observations du lundi 12 juin 2017

Les femmes sont particulièrement silencieuses. Même le « *coach* » semble s'ennuyer, il fait des allers-retours sur le circuit, se poste brièvement à côté d'une machine inoccupée. Le temps semble s'être allongé, j'ai hâte d'en finir, ce calme devient pesant, très pesant. Le circuit s'est vidé petit à petit depuis mon arrivée et cela ne fait que renforcer l'ennui de l'observatrice que je suis.

Mais malgré les silences, les moments calmes, les clientes de ces mêmes établissements ne manquent pas d'éloges pour qualifier l'ambiance au sein de ces espaces démixés. Un constat unanime qui transparaît dans les propos de Noémie (37 ans, employée administratif), « *il se trouve que c'est agréable, que c'est sympa* » ; d'Annie (52 ans, agent d'entretien) qui se surprend à découvrir « *une convivialité que j'avais pas trouvée dans les autres salles (...), c'était mixte aussi* » ; de Carole (37 ans, aide-soignante), c'est à la fois « *convivial* », « *vraiment familial* » et « *c'est détente. Tout en travaillant, on rigole beaucoup* » ; d'Hélène (28 ans, infirmière) « *c'est convivial, heu, très festif* » ; ou encore d'Emma (21 ans, étudiante) « *je trouve que c'est amical. C'est vraiment une bonne ambiance, bon enfant* ». Et à en croire certaines, cela constitue même un critère essentiel quant à leur venue : « *l'ambiance (...) Moi déjà, je recherche ça* » (Paula, 63 ans, retraitée), « *on n'y va pas en se disant 'ho lalala, il va falloir que j'aïlle faire du sport'. Ah non justement, le fait qu'il y ait cette ambiance (...) on y va mais limite en courant quoi. (...) Moi personnellement, je suis très contente de, d'être rentrée chez Curves* » (Emma, 21 ans, étudiante). En créant un espace de mise en forme où les adhérentes se sentent bien, pour reprendre les termes employés par plusieurs d'entre elles ; telles que Carole (37 ans, aide-soignante) « *moi je m'y sens bien. Donc voilà. Moi, je fais partie des murs, je fais partie des anciennes donc c'est sûr, je peux pas dire que je m'y sens pas bien* (sourire)

», Janice (42 ans, sans emploi en cours de création d'une entreprise) « *je m'y sens bien, franchement oui* » ou encore Laure (21 ans, étudiante) « *ben moi je m'y sens, je m'y sens, pas comme chez moi, mais enfin comme si* » ; les salles de fitness démixées ont, semble-t-il relevé le pari de la « convivialité ».

1.4. De l'anonymat à l'individualisation des relations de services

Pour favoriser l'ambiance agréable décrite précédemment, les gérant.e.s misent sur leurs ressources intrinsèques et leurs capacités à réduire la distance imposée par le rapport professionnel.le / cliente. En ce sens, les entrepreneur.se.s du corps et de la forme mettent tout en œuvre pour individualiser la relation ainsi que les échanges, en prenant soin de mémoriser les prénoms de chacune des adhérentes. Une pratique loin d'être inédite sur le marché de la forme, comme le montrent Lilian Pichot et d'Elodie Wipf (2011) en posant un regard ethnographique sur le métier de professeur.e de fitness, mais qui ne s'est pourtant pas généralisé au point de devenir la norme dans le milieu. En accueillant les femmes nommément, les membres du personnel valorisent leur présence et leur donnent l'opportunité d'entrer en interaction (Pichot et Wipf, 2011). Et cela porte à conséquence puisqu'elles trouvent que « *c'est sympa aussi quand on arrive, les gens ils nous disent bonjour et on dit mon prénom et ça c'est bien* » (Lucia, 52 ans, architecte libérale) ; « *les filles de Curves, ben elles appelaient toutes les filles [les clientes] par leur prénom, (...). Et puis, j'ai trouvé qu'il y avait une convivialité que j'avais pas trouvée dans les autres salles* » (Annie, 52 ans, agent d'entretien).

Loin de relever de règles implicites, à l'image de celles que l'on retrouve dans d'autres professions relevant des relations de services comme celui de coiffeur.se (Berisha, Coppex, Pagotto, Simonne, 2014²⁷¹), cette manière de faire résulte d'un apprentissage comme le mentionne l'une des encadrantes interrogées : « *le texte que je dis quand les gens rentrent, quand je décroche le téléphone c'est toujours le même script*²⁷² (...) *je connais la trame, je sais ce qu'il faut poser comme question* » (Béatrice, 28 ans, encadrante). Outre, l'emploi du prénom,

²⁷¹ Au cours de leurs recherches sur le métier de coiffeur.se, ces auteurs ont mis au jour les différentes étapes permettant d'accueillir un.e client.e et ont ainsi pu montrer que « *l'ensemble du travail d'accueil est régulé par un certain nombre de codes tacites, qui semblent aller de soi, comme prendre la veste du client, mettre un tablier avant de laver et couper les cheveux, proposer un café, etc. (...). Cette phase du travail peut sembler à première vue anodine, mais elle est importante pour mettre la clientèle à l'aise, pour l'assurer que l'on s'occupe de lui ou d'elle* ». Si le contexte et les pratiques diffèrent quelque peu, la finalité demeure identique.

²⁷² Cette enquête fait directement référence au script édité et diffusé par la franchise *Curves* au cours de ses formations internes. Si elle n'est pas la seule à recourir à ce type de pratique, elle est à notre connaissance la première à avoir planifié à ce point les échanges entre les membres du réseau et les clientes sur le segment de marché du réservé aux femmes. Un modèle dont s'est emparé, par la suite, d'autres établissements unisexes de la région.

c'est également le recours au tutoiement²⁷³ qui permet de rompre avec le caractère formel et impersonnel : « *on conseille pour mettre à l'aise directement, pas faire genre comme si c'est un commercial avec un client, voilà. C'est ça qui est cool dans le monde du sport. La dame de soixante-dix ans, je la tutoie. C'est ça qui est cool, ça rapproche, ça met plus à l'aise* » (Anthony, 26 ans, encadrant) ; « *j'avoue que, en général déjà la première fois qu'elle s'entraîne je leur demande parce que je sais que ça va sortir tout seul. Je suis dans un milieu où ça fait voilà, ça fait cinq ans que je tutoie tout le temps* » (Béatrice, 28 ans, encadrante). Tout porte à croire, pour reprendre la formule consacrée par Nathalie Le Roux (2015, 190) au cours de son enquête sur les cadres exerçant leur activité au sein d'une enseigne de la grande distribution sportive, que « *le sport ferait 'naturellement' office de principe unificateur* » que cela soit entre les membres du personnel eux-mêmes ou entre les client.e.s et les vendeur.se.s.

On comprend ainsi que les gérant.e.s comptent sur les qualités humaines de leurs salarié.e.s., en faisant même un critère central auquel il n'est nullement question de déroger lors de leur processus de recrutement. En effet, en-dehors du diplôme requis au regard de la législation française pour encadrer les pratiques de remise en forme²⁷⁴, nombreux sont ceux à exprimer l'importance de ce qu'il.elle.s nomment le « *côté humain, social (...), c'est primordial* » (Sonia, 35 ans, gérante et encadrante). Et ces qualités humaines primeraient selon eux sur le caractère performatif de leurs encadrant.e.s. en attestent ces extraits d'entretien : « *en cours tu vois, je ne cherche pas la meilleure... (...). Il vaut mieux quelqu'un de moyen et qui est fort humain, que quelqu'un de très fort en cours mais [qui] derrière rien, y a rien, y a pas d'humain, y a pas de chaleur humaine* » (Christian, 45 ans, gérant) ; « *c'est pas suffisant d'avoir un coach qui soit bon coach (...). Il faut bah le côté un peu jovial, fufou, faire des ... faire un peu clown, des choses comme ça c'est quand même super important aussi donc* » (Caroline, 33 ans, gérante) ; « *le côté humain il est hyper important, faut pas perdre de vue que c'est des clientes mais mine de rien tu te rapproches quand même de certaines personnes, y'a des filles enfin des adhérentes c'est des copines quoi. Y'a vraiment ce côté-là qui est très sympa, qui est pas superficiel* »

²⁷³ Parmi les salles enquêtées, une exception demeure. Les professionnelles de cette structure préfèrent vouvoyer leurs clientes afin de marquer une certaine distance et de faciliter la relation commerciale qui les lie : « *on connaît le prénom de chaque adhérente, ça c'est impératif (...). Par contre, on reste sur le vouvoiement justement pour cette barrière. [Sinon], on n'a plus notre place en tant que coach* » et c'est plus difficile pour « *si c'est la copine de la corriger sur les machines, de la faire accélérer sur les machines et compagnie* ». De plus, « *c'est malheureux mais si y a un problème de paiement, c'est difficile d'aller voir la copine en disant 'tu m'as pas payée ce mois-ci'* » (Pauline et Brigitte, 43 ans et 30 ans, gérantes et encadrantes).

²⁷⁴ Le Code du sport, en son article L. 212-1, fait état de l'ensemble des « *diplômes, titres à finalité professionnelle et certificats de qualification ouvrant droit à l'enseignement, à l'animation ou à l'encadrement d'une activité physique ou sportive ou à l'entraînement de ses pratiquants contre rémunération* ». Nos enquêt.e.s détiennent majoritairement des diplômes universitaires tels qu'une licence et/ou un master en STAPS et dans une moindre mesure un Brevet Professionnel de la Jeunesse, de l'Education Populaire et du Sport (BPJEPS).

(Caroline, 33 ans, gérante) ; « *j'ai besoin que la personne elle soit sociable, qu'elle aime les gens* » (Nadège, 40 ans, gérante) ; « *c'est plutôt la sensibilité de la personne* » (Dominique, 58 ans, gérante). Et ce discours a été intégré par les professionnel.le.s recruté.e.s comme le montrent les propos d'Ambre (24 ans, encadrante) : il faut avoir « *la tchatche, savoir si le courant il passait, etc. parce que c'est important dans un métier comme ça, d'avoir un bon feeling avec les adhérentes* », de Jennifer (30 ans, encadrante) « *c'est vraiment sur l'amabilité aussi* » ou encore de Robin (23 ans, encadrant) pour qui « *avoir la patate, être dynamique et souriant* » est essentiel. D'ailleurs, il se dit « *toujours en train de déconner, de dire des conneries donc ça doit sans doute plaire [car] elles [les adhérentes] sont là pour rigoler* ». En privilégiant des qualités humaines d'ordre relationnel, les centres de remise en forme réservés aux femmes prennent leur distance avec les pratiques communément observées en matière de recrutement au sein de leurs homologues mixtes ; ces derniers priorisant la sécurité de leurs adhérent.e.s ainsi que leur intégrité physique (Wipf, Pichot, Bauger, Mischler, 2008, 16). Ainsi, on comprend que les seconds valorisent davantage les capacités professionnelles (contrôle et correction des postures, conseils quant à la bonne utilisation du matériel, etc.), quand les premiers se concentrent davantage sur les qualités humaines de leurs candidats, perçues comme relevant de l'inné²⁷⁵ et qui à ce titre ne sauraient s'acquérir par les formations ou l'expérience contrairement aux compétences ayant trait à l'encadrement et/ou l'animation des activités de type fitness.

Pour pallier à leurs éventuelles lacunes, le recours à des formations internes est donc envisagé comme l'expliquent ces deux responsables : « *je sais qu'en arrivant il aura pas la connaissance complète du concept, ni la connaissance des scripts ni la connaissance de notre savoir-faire, d'où la formation* » (Luc, 51 ans) ; « *Margaux [l'une de ses salarié.e.s], par exemple, elle a des lacunes techniques, elle est jeune tu peux la transformer (...). Elle a ses défauts mais elle a le côté humain* » (Christian, 45 ans). Plus qu'une formation, il s'agit de façonner leurs nouvelles recrues conformément à leurs attentes et à l'image de leur organisation²⁷⁶. Une possibilité au sein des salles indépendantes, laissée à l'appréciation des responsables, qui revêt un caractère systématique dans nombre de réseaux franchisés. L'enjeu d'uniformisation opéré à travers le choix des couleurs, des slogans, des campagnes publicitaires (cf. Chapitre 3), de l'agencement

²⁷⁵ C'est l'idée qui transparaît dans les propos de Luc (51 ans, gérant) au cours d'un entretien : « *je vais essayer de trouver un candidat qui est le plus proche possible de mes attentes en sachant que je peux le former facilement mais qu'en revanche je peux pas changer le comportement* ».

²⁷⁶ Une manière d'opérer qui tend à se perdre au sein des centres de remise en forme mixtes ; d'après l'étude menée par Elodie Wipf, Lilian Pichot, Pascal Bauger et Sarah Mischler (2008) portant sur les compétences requises et recherchées par les promoteur.rice.s de la forme au cours de leur procédure de recrutement ; mais qui demeure à l'appréciation des gérant.e.s. eux-mêmes.

des locaux, du matériel (cf. Chapitre 4) se retrouve également dans la gestion des ressources humaines, les pratiques et gestes professionnels comme le rappelle Béatrice (28 ans, encadrante) : « *comme c'est franchisé, il faut qu'on fasse enfin la même chose dans tous les Curves. Du coup tout est vraiment décrit* ». Et cette description s'attache tant à la « *connaissance du circuit, savoir les bons principes des machines (...), comment faire fonctionner les machines, les muscles qu'elles font travailler, les positions à avoir (...). Franchement c'est complet* » (Robin, 23 ans, encadrant) qu'aux aspects liés à l'activité commerciale²⁷⁷.

Une stratégie payante, si on en croît les pratiquantes interrogées qui soulignent combien « *ce côté rapport humain (...) est important. Le côté, qu'on est quand même avec des gens avec qui on puisse discuter* » (Marylène, 53 ans, professeure des écoles).

Encadré 11

Extraits d'entretiens avec les clientes des établissements démixés

- Marylène (53 ans, professeure des écoles) fait remarquer au cours d'un entretien que « *les filles [les encadrantes et la gérante] sont adorables quoi. Donc, c'est un plaisir de venir même en étant toute seule* »,
- Catherine (50 ans, assistante de direction), quant à elle, explique « *t'es pas dans une salle de sport toute seule sur ta machine, à suer des grosses gouttes, quoi. (...) On y va pour passer un bon moment, quoi* »,
- Hélène (28 ans, infirmière) précise que c'est « *les filles aussi, à leur façon, qui mettent un petit peu d'ambiance (...) je pense que si on serait tous, heu, silence radio, ça serait un peu plus pesant au centre* »,
- Stéphanie (45 ans, psychologue) insiste également sur cet aspect « *je pense que les coaches, eux ils font ce qu'il faut pour qu'il y ait une émulsion de groupe au moment où on fait les, les cours collectifs* ». Et cela se traduit par « *des encouragements ou (...) des blagues, enfin des choses... Bah ils sont rigolos. (...) Les coaches en fait ce qu'ils cherchent, c'est qu'il y ait une bonne ambiance globale, heu, entre les gens* ».

Pour entretenir « *cette bonne ambiance*²⁷⁸ » et ainsi « *casse[r] (...) l'ennui, la routine* » (Samia, 33 ans, femme au foyer) qui peut s'installer au fil du temps, les professionnel.le.s

²⁷⁷ Nous développerons d'autres aspects de cette formation dans le cadre du Chapitre 5.

²⁷⁸ Pour reprendre Stéphanie, des clientes interrogées.

n'hésitent pas à multiplier les animations à l'occasion des fêtes calendaires, commerciales ou de faits d'actualité notamment - tels que Noël, Halloween, Mardi Gras, l'Euro de football, le changement de saisons, etc. - constituant autant d'invitations à se déguiser ou à créer des « *petits jeux* ». Là encore, les dispositions prises semblent avoir l'effet escompté comme le montrent les extraits d'entretiens suivants : il « *y a des moments c'est vrai, c'était des parties de rigolades qu'on se faisait, lorsqu'on faisait des petits jeux entre deux, y avait une bonne ambiance* » (Jacqueline, 71 ans, retraitée) ; « *ils ont fait des défis en fait avec les adhérentes qui devaient se déguiser sur un thème (...), chaque semaine c'était un thème différent. (...) Et donc, (rires) c'était, c'était marrant* » (Julie, 23 ans, assistante maternelle dans une crèche) ; « *ils [les gérant.e.s et encadrant.e.s] essayent de mettre des, des petits trucs comme ça assez régulièrement et ça change* » (Hélène, 28 ans, infirmière). Autant d'anecdotes qui témoignent d'une part, des efforts entrepris par les professionnel.le.s du secteur pour créer une ambiance « *bon enfant* » et agréable (Carole, 37 ans aide soignante et Emma, 21 ans, étudiante) au sein de ces espaces démixés et d'autre part, de l'effectivité de la création d'un lien social entre les pratiquantes. La similarité des extraits d'entretien présentés ci-avant donne également à voir une forme de standardisation des pratiques en termes d'animation. En effet, quels que soient l'implantation géographique, le type d'établissement dans lequel elles s'adonnent à leur activité d'entretien - indépendant ou appartenant à un réseau franchisé - le résultat est identique : les structures recourent à des stratégies mimétiques pour dynamiser le quotidien et encourager les interactions entre les clientes ainsi qu'entre les clientes et les membres du personnel. Finalement, loin de relever d'initiatives personnelles, cette manière de faire répond à des codes marketing parfaitement orchestrés en vue de fidéliser leur clientèle.

2. Penser la neutralisation des regards une fois à l'intérieur

Pierre Bourdieu (1998, 96) a déjà qualifié le miroir d'« *instrument qui permet non seulement de se voir mais d'essayer de voir comment on est vu et de se donner à voir comme on entend être vu* ». Au sein des centres de remise en forme mixtes, ce constat est exacerbé comme l'ont mis au jour les travaux de Sébastien Haissat et Yves Travaillot (2012, 35) : « *tout se passe comme si tout était réuni pour permettre à chacun de se regarder et de comparer son apparence physique au modèle à atteindre* » ou encore ceux de Jeanne-Maud Jarthon (2012). En effet, au cours de son travail doctoral²⁷⁹, elle a pu constater que le miroir participait à l'amélioration de

²⁷⁹ Jarthon, J-M. (2012). *Construction du féminin à travers le fitness : (Paradoxes) entre a priori fantasmé et*

l'estime de soi dans le sens où il permettait à la fois aux adhérent.e.s, et plus particulièrement aux femmes, d'apprécier leur plastique, les changements esthétiques opérés grâce à leur pratique d'entretien corporel et ce, tout en se comparant aux autres. Une occasion d'apprécier leur réussite là où d'autres ont échoué. Il faut dire que la présence de nombreux miroirs ici et là dans les différents espaces de pratique encourage ce « jeu de regards », qu'il soit orienté sur soi et/ou sur les autres pratiquant.e.s. Et cela n'est pas anodin quand on sait que « *les pratiques d'hygiène ou de coquetterie, d'alimentation ou de sport ne sont pas uniquement des pratiques individuelles [mais] avant tout des pratiques corporelles médiatisées de manière continue par les échanges avec autrui* » (Meidani, 2007, 61) et combien les centres de remise en forme sont le théâtre d'interactions plus visuelles que verbales (Ernst et Pigeassou, 2005).

2.1. Quand le reflet de soi est difficilement acceptable

Si au sein des salles de remise en forme mixtes, les femmes s'observent dans la glace afin de percevoir toutes modifications éventuelles de leur corps, après avoir mené leur séance (Jarthon, 2012), il en est autrement dans les établissements unisexes. En effet, parmi les femmes interrogées, plusieurs ont fait part de la gêne éprouvée face au reflet de leur propre corps : « *j'aime bien être devant [la professionnelle qui anime le cours collectif] mais en général je me mets devant, sur le côté, comme ça heu voilà, je vois bien ce qui se passe heu, j'entends bien ce qui se passe mais heu, je, je me vois pas* » (Stéphanie, 45 ans, psychologue), « *me regarder dans le miroir, heu j'aime pas ça* » (Mélanie, 20 ans, étudiante). Parfois, il provoque le dégoût, c'est en tout cas ce qui transparaît dans le discours de Carole (37 ans, aide-soignante) : « *j'essaie d'occulter, quand je fais une choré de Zumba, j'occulte carrément mon image. C'est entre les deux, si on fait une pause que je me regarde, j'ai tendance à détourner [le regard]* » ou de Carla (27 ans, mère au foyer) « *je me regarde pas. Je me mets tout au fond (rires). (...) je veux pas me voir en fait* ». Cette mère au foyer, qui nous a reçue chez elle pour la réalisation de l'entretien, a d'ailleurs banni cet accessoire de son appartement « *j'ai pas de miroir* » puis se reprend après notre relance « *que pour le visage mais pas pour le corps* » et finit par en expliquer la raison « *je suis pas encore prête à être devant le miroir en fait*²⁸⁰ ». A travers l'analyse de ces extraits d'entretien, il ne s'agit plus de considérer que ces femmes peinent à

expériences vécues. Thèse de doctorat, Université de Caen Basse-Normandie.

²⁸⁰ Carla s'inscrit dans un processus de transformation corporelle à des fins esthétiques mais aussi sanitaires. Lors de son inscription dans une salle de fitness indépendante, cette femme se trouvait en situation d'obésité morbide, une surcharge pondérale conséquente qui lui a valu à la fois de nombreux problèmes de santé, notamment une pathologie cardiaque, mais aussi nombre de remarques dévalorisantes voire stigmatisantes au quotidien.

accepter leur reflet dans le miroir, qu'elles jugent défavorablement leur apparence physique, ces pratiquantes témoignent véritablement d'un rejet de leur image et donc de leur corps. Certaines d'entre elles allant même jusqu'à dire aux membres du personnel que quand elles se regardent, elles se trouvent « *dégueulasses* »²⁸¹. Ainsi, on comprend que « *la haine et le mépris de soi-même* » n'exige pas forcément « *la présence alentour de normaux* », car même si cette dernière les renforce, ils « *peuvent aussi bien se manifester lorsque seuls l'individu et son miroir sont en jeu* » (Goffman, 1975, 18²⁸²). Mais peut-on réellement considérer qu'il puisse être seul face à son reflet ? Pas totalement selon David Le Breton (2010a) et Christine Détrez (2002) qui rappellent que chaque personne, et en l'occurrence ici chaque femme, a intériorisé nombre d'évaluations, de jugements desquels son regard ne peut se défaire.

Pour éviter cet écueil, les salles de fitness réservées aux femmes ont choisi majoritairement²⁸³ de « bannir » cet objet au sein de leur espace de pratique, supprimant ainsi tout regard sur soi. Selon un gérant interviewé, ce choix est motivé par le fait que cela permettrait aux femmes en situation d'obésité²⁸⁴, notamment, de laisser leurs complexes aux vestiaires. Pour la responsable d'une salle indépendante, il s'agit de neutraliser « *le regard des femmes, ah, ah sur elles* » (Carine, 33 ans), sous-entendu de toutes les femmes car « *la pire des choses c'est le miroir* » (Thibaut, 46 ans, gérant), surtout « *si elle[s] n'aime[nt] pas [leur] corps ça ne va pas aller. C'est [donc] très bien qu'il n'y ait pas de miroir* » complète Pascal (50 ans, gérant). Nos résultats vont également en ce sens et révèlent que les femmes pratiquant leur activité d'entretien corporel au sein des structures démixées, quels que soient leur corpulence, leur âge, leur profession, n'apprécient guère être confrontées à leur reflet comme le montrent ces extraits d'entretiens : « *c'est très bien [qu'il n'y ait pas de miroir] ! (...) C'est une très bonne chose. Du coup, on n'est pas confronté à soi parce que à ce moment-là, pour certaines j'imagine qu'on se plaît pas. Et que du coup la glace, l'image renvoyée... je trouve très bien qu'il n'y en ait pas* » (Lisa, 51 ans, commerciale). D'autres clientes interviewées se disent satisfaites du choix opéré par les responsables des salles unisexes car « *me voir constamment dans, dans un miroir, non ça me, ça me plairait pas* » (Mélanie, 20 ans, étudiante) ; « *c'est pas la peine de se voir (...). Je serai embêtée avec un miroir, moi* » (Lucia, 52 ans, architecte libérale) ; « *je déteste pas mon*

²⁸¹ Béatrice (28 ans, encadrante) y a fait allusion au cours d'un entretien.

²⁸² En étudiant les individus porteurs de « *stigmates* », Erving Goffman (1975) montre combien le miroir peut s'avérer important dans l'appréciation de soi.

²⁸³ Parmi les établissements enquêtés, trente d'entre eux ne présentent aucun miroir dans leur espace de pratique, sept en sont dotés. Une information qui n'a pu être renseignée pour quatre structures.

²⁸⁴ C'est en tout cas l'exemple que ce dernier a choisi pour illustrer son propos.

image, mais (...) tu vas dans des salles de sport, ouais t'as des glaces de partout, (...) le concept j'aime pas » (Annie, 52 ans, agent d'entretien). Outre les propos de nos enquêtées, ce sont également les caractéristiques sociales de ces dernières qui apparaissent lourdes de sens. En effet, malgré la pluralité des profils de pratiquantes interviewées - jeunes ou moins jeunes, en situation de normalité, de surpoids ou d'obésité au regard de l'indice de masse corporelle, en cours d'études ou en activité professionnelle, occupant des emplois qualifiés ou non dans des catégories socio-professionnelles variées - on observe une similarité dans les discours. Seul le fait d'être une femme rassemble ces pratiquantes nous amenant à penser que le travail corporel au sein de ces entre-soi serait avant tout envisagé au prisme de l'appartenance genrée, reléguant au second plan tous les autres marqueurs sociaux. Selon Marylène (53 ans, professeure des écoles), ce constat tiendrait au fait, qu'« *on [les femmes] n'aime jamais l'image qu'on renvoie* ». Si on ajoute à cela qu'elles se jugent plus défavorablement que les hommes sur le plan corporel ; « *lorsqu'elle est maigre, la jeune fille se voit mince ; lorsqu'elle est mince, elle s' imagine normale, et ainsi de suite* » (Lacuisse-Chabot, Nathan-Tilloy²⁸⁵ et coll., 2004, 118) ; l'absence de miroir au sein des centres de remise en forme unisexes semble donc fondée. Mais « *l'image de soi ne se construit pas (...) dans le seul face-à-face avec le miroir mais [également] sous le regard des autres* » (Kaufmann, 2015, 15). On ne pourrait en effet omettre le fait que tout à chacun « *est à la fois « émetteur » d'une apparence physique et « récepteur » de l'apparence d'autrui* » (Duflos-Priot, 1987, 245). Dès lors, on peut s'interroger sur les jeux de regards entre pratiquantes, entre gérant.e.s et pratiquantes, ou encore entre encadrant.e.s et pratiquantes. Dit autrement, qu'en est-il de ces regards qui permettent d'éprouver « *les écarts entre le corps réel* » (celui de la pratiquante) et « *le corps idéal* » (Bourdieu, 1998, 95) ?

2.2. Quand le corps est soumis à l'évaluation de l'autre

Perçu comme un moyen de se différencier, d'exister dans le regard des autres, le corps s'apparente à un capital qu'il convient de faire fructifier (Le Breton, 2010b). Dans cette quête, qui constitue l'essence même de leur longévité, les centres de remise en forme occupent une place de choix car « *pratiquer le fitness, c'est tout à la fois lutter contre l'usure du corps (et donc pour l'entretien de sa jeunesse), embellir sa silhouette (mincir, raffermir) et soigner sa*

²⁸⁵ Pour l'apprécier, Annie Lacuisse-Chabot et Cécile Nathan-Tilloy (2004), au cours de leur étude analysant l'impact que pouvait avoir les photographies de mode sur les femmes et l'appréciation de leur corps, ont demandé à un groupe de jeunes filles d'estimer leur Indice de Masse Corporelle (IMC) à partir de leur propre perception corporelle. Et le constat est sans appel. Rares sont celles à évaluer leur IMC correctement, aucune ne le sous-évalue alors qu'au contraire elles apparaissent particulièrement nombreuses à le surestimer.

forme » (Remaury, 2000, 41). Mais la distinction corporelle demeure encadrée car « *le moindre écart à la norme est immédiatement sanctionné* », comme l'a déjà montré Jean-Claude Kaufmann (2005, 73) sur les plages en étudiant la pratique des seins nus. Une sanction qui s'exprime avant tout par le regard au sein des salles de fitness mixtes. Rien d'étonnant puisque les corps sont mis en scène²⁸⁶ au sein d'espaces qui rappellent continuellement l'enjeu de la pratique, celui de la normalisation corporelle (Haissat et Travaillet, 2012). En ce sens, les travaux menés par Michèle Pagès-Delon (1989) ont déjà montré combien la présentation de soi s'avérait fortement ritualisée. Elle a pu l'apprécier au travers des tenues vestimentaires arborées par les client.e.s qui, en épousant les formes corporelles, s'avéraient être un moyen de valoriser leurs silhouettes. Vingt ans après, le constat est identique selon Jeanne-Maud Jarthon (2012, 136) qui précise que les femmes « *sont maquillées, manucurées et choisissent avec soin leurs vêtements de fitness, viennent à la salle avec des tenues renouvelées, avec des couleurs ou des formes qui attirent l'attention et les mettent en valeur* ».

Un constat également éprouvé par des professionnel.le.s du fitness²⁸⁷ interrogé.e.s : « *là-bas [à l'Orange Bleue], les filles c'est collant et brassière* » ; « *dans un club mixte elle va mettre un survêtement hyper moulant pour séduire* » (Christian, 45 ans, gérant). Le contrôle que ces clientes exercent sur leur image n'est finalement que l'expression d'une injonction - « *le corps de la femme doit être visible, jugé en permanence* » (Löwy, 2006, 102) - les amenant à opérer des ajustements, (tenue, coiffure notamment), aux yeux de tous et toutes dès qu'un miroir se présente à elles²⁸⁸ et à reproduire une « *sexualisation du corps [qui] fait partie [intégrante] de la définition dominante de la féminité* » (Ghigi, 2016, 81). Cela n'est pas sans conséquence sur les autres pratiquantes, « *dont le corps ne correspond pas aux modèles d'une féminité stéréotypée* » (Löwy, 2006, 102). Solange (44 ans, assistante maternelle), par exemple, en a éprouvé les effets « *[Chez Curves,] j'ai pas l'impression de pas être à ma place. Alors qu'à l'Orange Bleue, des fois heu, en fonction des personnes qu'y avaient, les petites jeunes avec leur petite brassière, leur petit short... Et nous on arrive habillées, heu, habillées heu, en fonction de notre morphologie, de notre corpulence, (...) effectivement, on a la pression, j'osais même pas passer à côté* ». Annie (52 ans, agent d'entretien), également en situation de surpoids s'était, elle aussi, résolue à revêtir une tenue dissimulant ce stigmate (Goffman, 1975) : « *avant*

²⁸⁶ Nous avons déjà développé cet aspect dans le [Chapitre 1](#).

²⁸⁷ Parmi nos enquêté.e.s, plusieurs ont exercé ou exercent encore une activité d'encadrant.e ou de gérant.e au sein des centres de remise en forme mixtes.

²⁸⁸ Et il semblerait que cela ne soit pas uniquement le fait des femmes, comme l'explique Nadège (40 ans, gérante) « *les hommes, ils sont comme ça [elle me montre avec ses mains une carrure large et développée], ils se regardent dans le miroir* ».

quand j'allais à l'autre salle [qui accueillait une clientèle mixte], je mettais un jogging, mais large. Tu sais, large du haut en bas, quoi, du noir, du gris ou du noir, du gris », pour passer inaperçu. Une « stratégie » qui s'avèrerait contreproductive selon plusieurs travaux déjà menés, car elle ne ferait qu'attiser les regards. C'est en tout cas ce qu'a montré Mariangela Corbetta (1997, 79), dans le cadre de son étude sur les hammams, « un corps qui, se déroberait complètement aux regards, serait considéré comme suspect : qui sait, en effet, quelle difformité ou quelle honte pourrait se cacher sous un épais drapé ».

En dévoilant voire exposant les formes d'un corps répondant aux attentes normatives, par le biais de leurs tenues vestimentaires, ne peut-on pas considérer qu'au sein des salles mixtes ces femmes exercent une violence symbolique envers celles qui en sont éloignées ? La « pression » décrite par Solange nous invite à le considérer. Au-delà du vêtement, ne peut-on pas envisager que cette violence symbolique pourrait également s'exercer à travers les regards, les sourires moqueurs, stigmatisant ainsi toutes les femmes considérées comme déviantes d'un point de vue corporel ? Une crainte partagée par Solène (44 ans, assistante maternelle) qui précise au cours de l'entretien : « *ma fille, celle du milieu, elle est forte quand même, elle est très costaud. Je la voyais mal aller dans une salle de sport style l'Orange Bleue. Parce que plus ou moins elles se moquent de toutes façons, elles sont beaucoup, dans les cours, plus ou moins elles vont regarder, ils vont dire : ah, elle est forte, t'as vu son ventre, na na », et c'est d'ailleurs pour cette raison qu'elle ne parvenait pas elle-même à envisager une telle activité physique « moi j'aurais peut-être jamais osé aller dans une salle quand je suis arrivée à Curves, par exemple. Ça m'aurait gênée d'aller dans une autre salle. Par rapport au poids, tout ça, ça me gêne. J'aurais peur qu'ils disent : 'ouais bah il est temps qu'elle ait fait du sport' ». Et leurs craintes ne sont pas infondées car les jugements sont fréquents selon les dires de potentielles clientes, venant réaliser une séance d'essai au sein d'un club unisexe. Ambre (24 ans, encadrante) explique que nombreuses sont les femmes à dire « *quand t'arrives [dans un établissement mixte], bah tu fais relooké de haut en bas, aussi bien par les femmes que par les hommes' (...) 'quand t'arrivais elles [les autres pratiquantes] te regardaient, ils te regardaient et puis (...) tu voyais très bien qu'ils parlaient sur toi quoi' ».**

Elles ne sont pas les seules à en témoigner. Plusieurs gérant.e.s et encadrant.e.s ont également fait part de leurs expériences antérieures au sein de différents établissements mixtes et expliquent que nombre de femmes sont réticentes à l'idée de pousser les portes d'un tel espace : les femmes en surpoids voire en situation d'obésité « *sont déjà gênées par leur physique donc, elles vont pas franchir [le seuil d'un établissement mixte] en fait. Comme c'est mixte, elles vont*

avoir le regard » [des autres]. Et quand elles osent sauter le pas, la présence de « *minettes qui se regardent dans la glace (...), ça les femmes qui ont un petit souci entre guillemets juste avec le poids ou juste avec l'apparence, elles vont pas aimer. Et du coup elles vont se sentir faibles et du coup elles vont lâcher. C'est ce que j'ai repéré moi dans les centres où j'ai travaillé* » (Sonia, 35 ans, gérante et encadrante) ; Jennifer (30 ans, encadrante) l'a également constaté « *toutes celles qui sont un peu plus costauds où il y a vraiment une grosse perte de poids, je pense que dans un club traditionnel bah.... (...). Moi j'ai déjà fréquenté [une salle mixte] donc je confirme ce qu'elles me disent, c'est que bah le regard des autres... Là, l'avantage c'est que c'est entre femmes, y a pas de miroir et on est, je veux dire y a personne qui regarde l'autre en disant 'elle, elle est un plus grosse, elle ceci, elle cela'. Donc y en a pas mal je pense que les salles de sport faisaient peur par rapport à ça* ». Finalement leurs propos tendent à montrer que ces jeux de regards, émanant des autres client.e.s., érigent le corps en élément central de l'interaction sociale (Darmon, Hurtubise, Quéniart, 2008, 8).

Mais au sein des espaces unisexes, il en serait autrement. Les adhérentes ne se jugeraient pas, mieux, elles ne se regarderaient même pas, les responsables interviewé.e.s en sont du moins convaincu.e.s : « *non mais pas du tout. Pas du tout. Aucun regard aucun jugement* » (Mégane et Mélanie, 32 et 28 ans, gérantes et encadrantes) ; « *ici, non y a pas de regards, de jugements. On est vraiment, peu importe le niveau social, la morphologie, tout le monde est à l'aise* » (Pauline et Brigitte, 43 ans et 30 ans, gérantes et encadrantes) ; « *on te regarde pas comme on pourrait te regarder dans une autre salle* » (Thibaut, 46 ans, gérant) ; « *personne se regarde, personne, personne se permet de juger, y a pas de critiques* » (Ambre, 24 ans, encadrante) ; « *ici, y'a pas de miroir, pas de jugement vis-à-vis des autres, les gens ne se regardent pas ici* » (Robin, 24 ans, encadrant). Selon leurs dires, ces structures d'un nouveau genre seraient parvenues à annihiler les malaises ressentis et exprimés par nombre d'adhérentes au sein de leurs concurrents mixtes (Haissat et Travaillot, 2012). Un discours qui ne convainc pas totalement, en raison d'une idée particulièrement répandue dans le sens commun, selon laquelle les femmes seraient plus enclines à porter un jugement, sur l'apparence physique notamment, que les hommes. Plusieurs pratiquantes en ont d'ailleurs fait allusion au cours des entretiens : « *on pense qu'un homme vous juge plus alors qu'une femme juge plus une femme. Je le sais, quand on parle entre nous, on juge plus* » ; « *j'avais un peu peur parce que bah de ce que j'ai vécu en étant, en étant jeune c'est vraiment les femmes qui sont plus méchantes entre elles qu'autre chose* » (Emma, 21 ans, étudiante) ; « *c'est connu, les femmes c'est des commères* » (Laure, 21 ans, étudiante) ; « *les femmes entre elles, sont super méchantes* » (Catherine, 50 ans, assistante de direction) ; « *bah, au début ouais, ça me gênait beaucoup quand c'était que des*

femmes parce que les regards, parce que j'étais vraiment costaud » (Carla, 27 ans, mère au foyer). Que cela relève d'*a priori* ou d'expériences vécues dans le cadre du quotidien, ces femmes ont une vision bien arrêtée des sociabilités « au féminin ». Marion Braizaz (2016, 134-135), qui a étudié la manière dont les individus travaillent leur apparence corporelle pour eux-mêmes et en vue de se présenter aux autres, a montré combien elles étaient enclines à se comparer, à se jauger, à se juger entre elles. De l'aveu même de ses enquêtées, elles s'avèrent particulièrement dures envers leurs homologues. Une attitude qui, selon l'auteure, résulte « *d'une socialisation au monde des apparences spécifiquement genrées pendant laquelle leur a été inculquée une attention forte au 'paraître'* ».

Mais force est de constater que ce constat ne se vérifie pas au sein des centres de remise en forme unisexes. Nos résultats montrent en effet, une réalité bien différente dans le sens où nous n'avons pu observer aucun jugement porté par les femmes entre elles, que ce soit sur l'apparence physique ou les efforts en train d'être menés, confortant par la même occasion les propos des gérant.e.s et encadrant.e.s interrogé.e.s. Les entretiens menés avec les pratiquantes viennent entériner ces premières analyses, ces dernières s'accordant très majoritairement à dire « *non, y a pas de jugement, non* » (Lucia, 52 ans, architecte libérale), « *y avait pas de jugement, y avait personne qui regardait personne* » (Sylvie, 47 ans, comptable), « *on n'est pas jugées, on est des femmes (...). En fait, là c'est tout le monde vient, fait ce qu'il a envie de faire, fait comme il peut* » (Emma, 21 ans, étudiante), « *chacun fait ce qu'elle veut, comme elle peut et puis voilà* » (Nadine, 52 ans, professeure des écoles). En l'absence de regard, de jugement porté sur leur corps, leur tenue ou encore leur condition physique, ces pratiquantes se sentent libres de réaliser leur activité d'entretien corporel comme en témoignent Solène (42 ans, assistante maternelle) « *on est bien, on arrive là on n'a pas de gêne, on s'en fout* », Janice (42 ans, sans emploi, en cours de création d'une entreprise) « *là, par contre c'est vrai que je crois que c'est le top hein* » ou encore Solange (44 ans, assistante maternelle) qui explique combien c'est agréable « *de pouvoir se sentir soi-même, de pouvoir accepter, bah que, oui effectivement on a des formes, on a des rondeurs, même si on aimerait pas en avoir, y a personne qui est là à dire, oh bah oui celle-là c'est, heu...* ». Un changement notable, comparé à ce qui a déjà pu être observé au sein des centres de remise en forme mixtes par Audrey Ernst et Charles Pigeassou (2005) ou encore Sébastien Haissat et Yves Travaillet (2012).

2.3. Se prémunir des jugements portés sur l'apparence physique

Ces conditions de pratique tiendraient tout d'abord à des consignes très particulières qui interdisent les tenues vestimentaires « minimalistes » et dont, on ne trouve nulle trace dans les centres mixtes. La gérante du *Studio Fitness* a ainsi collé huit affiches précisant : « *nous vous rappelons que le port de brassière et de short est interdit dans le club* ». Interrogée sur un tel choix, elle ajoute « *pour les femmes qui sont un peu rondes rentrer dans un club de remise en forme avec des femmes super bien foutues en short et en brassière, ça peut je pense les complexer. Donc j'ai voulu que toutes les femmes soient habillées de la même façon sans tenue où on voit un peu leurs formes* ». Et, elle n'est pas la seule, d'autres salles, telle que *Femmes en Forme*, ont recours à ce même procédé. En l'absence de préconisations écrites, les tenues vestimentaires portées par les adhérentes demeurent encadrées. Les discours de plusieurs responsables interrogées sonnent comme un rappel à la norme implicite, « *dans une salle que pour femmes, vous vous en fichez de comment vous êtes habillées, tee-shirt large, etc.* » - « *il n'y aura pas la petite minette avec sa brassière* » (Mégane et Mélanie, 32 et 28 ans, gérantes) ; « *une fois y avait une jeune elle m'a énervée, elle avait 19 ans elle vient [pour faire une séance d'essai], elle commence à se mettre en brassière, en tee-shirt machin (...) elle s'est pas inscrite (...). J'ai pas de petites minettes, (...) j'ai pas les filles qui se la pètent, tu vois j'ai pas ces filles-là qui viennent, parce que généralement elles veulent se montrer aux mecs en plus comme nous y en a pas...* » (Marie, 25 ans, gérante). A en croire leurs propos, la manière dont les pratiquantes se donnent à voir ne serait pas identique à celle déjà observée dans les établissements mixtes. Sachant qu'elles ne sont pas scrutées, elles ne ressentent pas le « *besoin de venir avec la dernière paire de baskets à la mode, le dernier jogging à la mode, avec le corps de rêve* » (Thibaut, 46 ans, gérant). Autrement dit, en prônant le port de tenues vestimentaires ne mettant pas en valeur les formes corporelles, les gérant.e.s des structures démixées espèrent se prémunir de ce type de situation et ainsi permettre à leurs clientes - présentant des attributs perçus comme des stigmates susceptibles de les disqualifier et/ou de les invisibiliser - de pratiquer leur activité d'entretien corporel dans un espace exempt de discrimination. Nos observations ont d'ailleurs mis au jour que ces consignes de neutralisation des apparences physiques étaient satisfaites par la majorité des abonnées. Et, cela s'apprécie dès les vestiaires. Pour celles qui s'y arrêtent²⁸⁹, il s'agit très souvent de se délester de son accoutrement

²⁸⁹ Au sein des centres de remise en forme réservés aux femmes, les vestiaires ne constituent pas un rite de passage obligatoire, seule une minorité de femmes les utilise. Cela s'explique notamment par le fait que la majorité des pratiquantes arrive dans les locaux vêtue de leur tenue de pratique.

professionnel au profit d'une tenue moins codifiée donnant l'impression qu'elles « changent de peau », à l'image des danseuses des favelas étudiées par Sylvia Faure et Sophie Gosselin (2008) qui revêtent dans les toilettes des vêtements répondant aux normes véhiculées par l'école de danse, celles-ci entrant en contradictions avec les codes choisis par les adolescentes dans l'espace public. Sur notre terrain d'enquête, on constate un procédé similaire. D'abord, et comme en témoigne le Tableau 22, le port d'une tenue ample et aux couleurs sombres est privilégié par les pratiquantes, quelle que soit leur morphologie (de « maigre » à « obèse »²⁹⁰). Ensuite, concernant le maquillage - pouvant être considéré « *comme une application des normes qui gouvernent l'apparence et, par ailleurs, la sexualité et la séduction* » (Duflos-Priot, 1987, 248) - et le port de bijoux (bracelet, montre, boucles d'oreilles, collier), plus des deux tiers des femmes (soit 352 sur 480) ne portent ni l'un ni l'autre lors de leur pratique physique quand moins d'une femme sur dix (36/480) porte les deux²⁹¹. Tout se passe comme si, au sein de ces espaces, les adhérentes se trouvaient hors de la vie sociale les invitant à « *quitter un instant [leur] personnage social, [à] interrompre un moment cette continuelle mise en scène de l'apparence* », libérées de la peur du jugement (Pfeffer²⁹², 2005, 55).

Tableau 22

Tenues de pratique portées par les adhérentes

	Ample, cachant les formes corporelles	Près du corps et mettant en valeur les attributs sexuels féminins	TOTAL
Couleurs vives et colorées	172	35	207
Couleurs sombres	239	34	273
TOTAL	411	69	480

Interrogées sur leur manière de se présenter au sein des salles de fitness unisexes, les pratiquantes s'accordent majoritairement à dire qu'elles privilégient une tenue dans laquelle elles sont à l'aise pour réaliser leurs mouvements, en témoignent ces extraits d'entretien choisis parmi d'autres : « *Moi, j'y vais les cheveux attachés, pas maquillée, un tee-shirt où je me sens*

²⁹⁰ Au cours de nos observations, nous nous sommes attachée à « classer » les pratiquantes, en reprenant les différentes catégorisations proposées par l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) que sont la maigreur, la normalité, le surpoids et l'obésité.

²⁹¹ Au sein des établissements de remise en forme mixtes, les femmes apparaissent plus enclines à se maquiller si on en croit les travaux de Jeanne-Maud Jarthon (2012). S'agissant de la seconde variable, relative au port de bijoux, la littérature existante ne nous a pas permis de vérifier les pratiques effectives.

²⁹² Laurence Pfeffer a étudié les pratiques et usages du maquillage de la part des femmes en s'attachant particulièrement au visage.

à l'aise, mon bas de pantalon à l'aise et puis baskets point » (Carole, 37 ans, aide-soignante). Et force est de constater que nombreuses sont celles à n'accorder aucune concession au critère esthétique de leurs vêtements comme l'expliquent les adhérentes dans l'encadré ci-après.

Encadré 12

Extraits d'entretiens avec les pratiquantes

- Lisa (51 ans, commerciale) : « *c'est simple, je viens trois fois par semaine, ça veut dire qu'il me faut trois tenues. Donc non, c'est juste ce qui est propre (rires). Après moi j'ai une forte poitrine donc voilà, j'ai des soutiens-gorge adaptés (...). Mais après le reste, non faut que je sois bien dans mes vêtements. Je m'en balance comme de l'an quarante. Non ici, non. Je viens ici pour faire mon sport basta voilà. Je m'en fiche de savoir si le bleu pâle n'est pas assorti avec le violet foncé. Alors là, je suis pas là pour ça* »,
- Sylvie (47 ans, comptable) : « *moi ma tenue c'est quasiment noir [seules des touches de rose sont visibles]. (...) Je vais pas m'afficher, je vais pas aller là-bas pour m'afficher* »,
- Emma (21 ans, étudiante) : « *on sait qu'on va transpirer et tout, donc, c'est vraiment pas le but d'être bien habillée pour aller au sport. (...) Moi, je vais au sport pour aller au sport donc, je suis déjà habillée en tenue de combat (rires)* »,
- Annie (52 ans, agent d'entretien) : « *je fais pas attention à mon look, heu, chez Curves, c'est une salle de sport. On y va toutes pour la même chose et je suis pas là pour faire un défilé de mode, quoi* »,
- Ou encore Kathy (45 ans, directrice de crèche) : « *moi j'ai régulièrement le même sarouel, voilà, avec un tee-shirt. Des trucs qui sont simples et pratiques* ».

Qu'il s'agisse des observations ou des entretiens menés, l'analyse est identique : les centres de remise en forme réservés aux femmes ne sont pas des lieux propices à la mise en scène de soi. Au contraire, les conditions imposées pour la pratique autorisent voire encouragent les adhérentes à ne pas céder au critère esthétique de leur tenue, à l'emprise des marques ou à la mise en valeur de certaines propriétés corporelles (Haissat et Travaillot 2012). Les observations menées, confirmées à la fois par les échanges informels recueillis dans les vestiaires et par les entretiens menés avec les pratiquantes, montrent que le choix des attributs portés relève davantage du confort et de la praticité que de l'esthétisme. Les gérant.e.s interviewé.e.s, femmes et hommes confondus, souhaitent proposer des espaces sportifs qui permettent à leurs clientes

d'être « *naturelles*²⁹³ », c'est-à-dire sans fard, ni artifice. Plus encore, il semble que l'organisation spatiale, matérielle et humaine des salles interdites aux hommes rende plus difficile la théâtralisation de la pratique, habituellement observée chez leurs homologues mixtes, et amène les clientes des établissements unisexes se sentir « libres » de réaliser leurs efforts. Dit autrement par Marylène (53 ans, professeure des écoles), il n'« *y a pas, ni d'effet de mode, ni d'effet comme on pourrait trouver dans les grandes salles de sport sur Lille où il faut avoir la dernière tenue, le machin et tout. Non, et c'est ça qui est bien, je pense c'est que tout le monde peut se sentir à l'aise* ». Car contrairement à leurs concurrents n'opérant aucune distinction au regard du sexe où la mise à disposition d'appareils cardio-vasculaires est propice à ce type de situations²⁹⁴, la rotation permanente imposée par la réalisation du *circuit-training* dans les structures unisexes, et ce toutes les trente secondes, contraignent les pratiquantes à maintenir le rythme. Si on ajoute à cela le fait que les séances sont pensées de manière à ne pas excéder trente minutes, on comprend qu'il ne reste que peu de place aux temps d'attente, de pause qui se voudraient autant d'occasion pour se regarder, se toiser. Et nos observations le confirment, aucune adhérente à une exception près, ne porte de pull autour de la taille, aucune gêne n'a été constatée lorsqu'un tee-shirt se soulève et laisse apparaître un éventuel bourrelet. Les abonnées observées ne tirent pas sur le bas de leurs tee-shirts, elles ne « rasant » pas les murs, bref, aucun des « faux-semblants » mis au jour par Sébastien Haissat et Yves Travaillet (2012) dans les centres de remise en forme mixtes, afin de dissimuler le ou les stigmates perçus comme tels, n'a été consigné dans notre journal de terrain.

Mais, malgré les efforts entrepris par les responsables de ces espaces démixés ; qui portent à conséquence s'agissant de la majorité des pratiquantes nous l'avons montré précédemment ; une faible minorité admettent, au cours de l'entretien, rester soucieuses de leur apparence physique, y compris quand elles font du sport dans un entre-femmes. C'est le cas de Janice (42 ans, sans emploi, en cours de création d'une entreprise) « *je vais faire attention à ma tenue de sport* » en conciliant « *le confort et puis l'esthétisme* » ou Laure (21 ans, étudiante) « *j'aime bien quand je suis bien habillée, donc oui au sport je fais attention de pas trop dépareiller mes fringues quand même. (...) il faut que ça soit beau et confortable en même temps, donc... (...) Je me coiffe, je fais une queue, sinon je suis embêtée par mes cheveux, me*

²⁹³ Pour reprendre le terme usité par une encadrante d'un centre *Curves*.

²⁹⁴ Nadège (40 ans, gérante) y fait allusion au cours d'un entretien : « *une personne qui est vingt minutes sur son vélo, bah elle a le temps de regarder un petit peu ce que les autres font à côté, ou comment sont toutes les autres femmes. Enfin voilà, tout le monde peut se regarder, donc tout le monde peut s'exhiber un petit peu, tout le monde peut s'épier un peu* ».

maquiller non pas spécialement, après je suis maquillée de la journée donc c'est tout. Et maintenant, je mets un peu de déo et de parfum quand même parce que je pue un peu la transpiration ». Mélanie (20 ans, étudiante) et Samia (33 ans, femme au foyer) expliquent quant à elles « *je vais oui, heu me maquiller c'est sûr, après je vais toujours faire attention à ce qu'y ait aucune bosse sur mes cheveux* » ; « *alors moi je fais attention, ça dépend hein, si j'ai le temps ou pas mais je vous dis honnêtement, si j'ai le temps je me prépare. (...) Si je peux prendre soin de moi avant d'y aller, franchement heu, bon je me maquille pas comme un pot de peinture mais juste un, un petit coup de crayon sur les yeux, un peu de rouge à lèvres et c'est parti* ». Au regard des marqueurs sociaux des femmes citées ci-avant, deux hypothèses peuvent être formulées pour expliquer le recours à ces pratiques distinctives²⁹⁵.

La première pourrait tenir au statut étudiant ainsi qu'à la jeunesse de deux de nos enquêtées. Une idée qui trouve son essence dans les travaux d'Oumaya Hidri Neys (2004 ; 2008) qui a analysé les manuels d'aide à la recherche d'emploi - montrant que l'apparence physique constituait un élément décisif en vue de réussir un entretien d'embauche - et interrogé les principaux intéressés, de jeunes étudiants - constatant l'intégration et l'appropriation de ces préconisations en matière de présentation de soi. Dès lors, nombreux sont ceux à s'employer à l'entretien et/ou à la transformation de leur enveloppe corporelle afin d'apparaître employable aux yeux des recruteurs. Il pourrait en être de même dans le cadre de notre étude, imposant à Mélanie et à Laure de travailler la manière dont elles se donnent à voir aux autres comme si elles se devaient, en toutes circonstances y compris dans leur activité physique, de respecter un « *seuil minimum de féminité* » (Braizaz, 2016, 35) en mettant « *en valeur [leurs] atouts physiques pour faire bonne figure* » (Pfeffer, 2005, 52).

La seconde s'est imposée à la lecture des travaux de Serge Paugam (2006), portant sur la situation de chômage, ainsi que ceux menés par Liliane Fiori-Astier (2018) et le collectif constitué d'Anne-Marie Dieu, Christine Delhay et d'Annie Cornet (2010), s'intéressant aux femmes au foyer. Tous trois ont en commun de mettre au jour l'isolement relationnel et social éprouvé par leurs enquêtées. Pour tenter de s'en défaire, les femmes au foyer s'engagent dans de nombreuses activités associatives, caritatives, etc. en vue d'exister dans l'espace public. Sachant « *que [la] réussite sociale ou personnelle [de ces dernières] implique leur dissolution dans les normes physiques* » (Le Breton, 2010b, 4), nous émettons l'hypothèse selon laquelle Samia (33 ans, femme au foyer) et Janice (42 ans, sans emploi, en

²⁹⁵ Si on les compare aux autres pratiquantes observées et/ou interrogées.

cours de création d'une entreprise) s'atignent aux injonctions normalisatrices qui pèsent sur leur corps dans le but d'accéder à cette réussite sociale²⁹⁶. Ainsi, on comprend que « *le regard porté sur les autres ou que les autres nous portent donne lieu à une véritable contrainte qui, par cette pression ininterrompue, s'intériorise* » (Détrez, 2002, 112). Et même si le cadre de pratique offre à ces pratiquantes la possibilité de s'affranchir des normes sociales relatives à la présentation de soi, la prégnance de ces dernières apparaît plus forte encore et les enjoint à maîtriser l'image qu'elles donnent à voir dans l'interaction.

3. Ce que pratiquer « sans homme » veut dire

3.1. Neutraliser les rapports de séduction hétérosexuels par la non-mixité

Olivier Bessy (1987, 90) avait déjà montré combien les centres de fitness mixtes pouvaient prendre divers visages, « *anonymat des grands magasins ou du métro (...), deuxième famille, café de l'an 2000, lieu convivial de rencontre et de discussion* » mais aussi et surtout « *lieu pour solitaires en mal de rencontre* ». Et, c'est bien ce dernier aspect qui s'avère contraignant selon les personnels des salles de fitness réservées aux femmes. Selon Anthony²⁹⁷ (26 ans, encadrant), ce sont surtout les jeunes femmes qui se plaignent régulièrement des situations de drague éprouvées au sein des salles mixtes, ou encore Ambre (24 ans, encadrante) : « *y en a de plus en plus [des clientes] qui disent que les [autres] salles de remise en forme, c'est devenu des clubs de rencontre. Mais y en a vraiment énormément qui le disent* », « *effectivement, y a beaucoup de femmes (...) qui trouvent que dans les grandes salles mixtes, elles se font soit draguer ou alors zyeuter* » (Sandra, 48 ans, gérante et encadrante). Les femmes s'adonnant à leur activité d'entretien corporel au sein des établissements démixés de la région en font également part, comme cette adhérente « écoutée » dans les vestiaires d'une salle *Curves*. Cette dernière précise avoir pratiqué au sein d'une salle où femmes et hommes coexistent, sans y avoir été à l'aise du fait des nombreux hommes qui venaient l'aborder et/ou l'importuner durant sa séance et se rappelle combien « *c'est désagréable de se faire draguer dans un moment que je me réserve pour moi* ». Une gêne exprimée par Stéphanie (45 ans, psychologue), anciennement cliente d'un établissement mixte : « *je trouvais qu'il y avait beaucoup de drague,*

²⁹⁶ Cela apparaît encore plus prégnant quand on sait que Samia s'est inscrite sans mots dire à son mari et que Janice s'engage dans l'ouverture d'un établissement spécialisé dans l'esthétisme et le bien-être corporel.

²⁹⁷ Au cours des entretiens, les membres du personnel interrogé.e.s font part des raisons qui ont poussé certaines de leurs clientes à opter pour une salle de remise en forme réservée aux femmes alors qu'elles étaient anciennement abonnées dans un établissement mixte.

(...) *j'étais jamais tranquille heu, ou je voyais des filles qui étaient pas forcément tranquilles, heu, heu. Et pis pour finir, je, je me disais heu, bon où est ce que je vais me mettre pour être tranquille, pour pas être embêtée ? (...) Alors c'était pas tous les jours et c'était pas systématique, je vais pas dire que c'était du harcèlement attention mais, mais heu, voilà ça me dérange* ». Mais si on en croît les professionnel.le.s du secteur, ce sont surtout les regards des hommes qui demeurent pesants. En effet, les gérants des salles unisexes s'appuient sur les arguments commerciaux de leurs enseignes, qui insistent sur le soi-disant sentiment de malaise ressenti par nombre de femmes à l'idée de pratiquer leur activité de type fitness dans un espace partagé avec des hommes, pour justifier leur existence, comme le montrent ces extraits d'entretien : « *beaucoup de filles prennent un abonnement d'un an et n'y vont plus au bout de huit jours [notamment à cause des] indélicatesses qu'elles peuvent subir dans certaines salles où voilà certains hommes indélicats vont siffler enfin voilà c'est vraiment... ou regarder avec insistance et du fait ça les dérange* » (Thibaut, 46 ans, gérant) ; « *la femme, elle a envie de faire du sport en toute tranquillité, pas [d'avoir] un zigoto qui va l'emmerder alors qu'elle voulait faire son sport, pas [d']être regardée comme un bifteck* » (José, 44 ans, gérant et encadrant).

Les gérantes, quant à elles, recourent plus souvent à une ou plusieurs expériences personnelles qu'elles qualifient de harcèlement pour « démontrer » que faire du sport dans un entre-soi est un gage de tranquillité. Emeline (34 ans, gérante et encadrante) précise être régulièrement gênée par le comportement de certains hommes et prend pour exemple son dernier jogging en ville : « *j'ai été courir, t'as un connard qui a klaxonné, j'ai sursauté, j'étais carrément dans mes pensées et tout, t'as un con qui klaxonne. Même dehors t'es emmerdée, alors dans une salle mixte laisse tomber (...), c'est vraiment ce souci de tranquillité (...). Personne qui mate ton cul, quand on est en train de courir* » ; « *alors, ce que j'aimais pas [dans les salles mixtes] c'est l'esprit club de rencontre de sport quoi (...). J'aime pas trop entre guillemets la fille matée entre guillemets, se sentir matée ou bien entre guillemets pour les bonnes ou mauvaises raisons et ici en fait y a pas ce souci-là* » (Pauline et Brigitte, 43 ans et 30 ans, gérantes et encadrantes).

A travers ces discours²⁹⁸, tout porte à croire qu'en démixant la pratique, les centres de remise en forme réservés unisexes ne font que répondre à la demande des femmes. Si nous nous ne sommes pas naïve au point de croire qu'il s'agit uniquement de promouvoir la pratique physique

²⁹⁸ Ces propos font écho au concept de 'make gaze' développé et théorisé par Laura Mulvey (1975) - dans le cadre d'une analyse portant sur le cinéma, notamment hollywoodien, et plus précisément sur les scènes qu'il donne à voir au public - qui repose sur une « répartition genrée opposant des personnages masculins 'agissant' et 'regardant' à des personnages féminins 'passifs' et 'regardés' », pour reprendre la traduction proposée par Hélène Breda (2017, 97).

et sportive, dans un but totalement désintéressé, force est de constater que le regard des hommes demeure gênant pour nombre de femmes. Les entretiens (cf. Encadré 13) menés avec les adhérentes des structures démixtées regorgent d'exemples étayant cette thèse.

Encadré 13

Extraits d'entretiens avec les clientes des salles interdites aux hommes

- Annie (52 ans, agent d'entretien) : *« j'ai pas du tout adhéré [dans la salle mixte] parce que (...) t'étais lorgnée de la tête aux pieds (...). C'est pas cliché, c'est ce que j'ai vécu dans les deux salles où j'ai été »*,
- Lisa (51 ans, commerciale) : *« c'est plus que en fait les hommes puissent être à côté, et voilà ce côté à regarder les nanas, enfin voilà »*,
- Kathy (45 ans, directrice de crèche) : *« moi les salles de sport avec les mecs qui font les kékés devant les... les comment, devant les machines, ou devant les miroirs parce que c'est plus musclé, etc. et puis qui regardent passer les... [filles]. Bof, non, c'était pas trop mon... truc »*,
- Solange (44 ans, assistante maternelle) : *« [chez Curves], y a pas de garçons qui me regardent, qui me jaugent, (rires). (...) On a beau dire, heu, le regard de l'homme, il est là, heu. (...) Enfin j'ai déjà, déjà vu [à L'Orange Bleue, la salle où elle se rendait avant] des regards sur les, les fesses des filles, ou n'importe où »*. Pourtant, pour cette cliente, évoluer au sein d'un milieu dit masculin ne constitue habituellement pas un frein, une gêne. Bien au contraire, puisqu'avant d'entamer une reconversion professionnelle en tant qu'assistante maternelle, Solange a été quinze années durant, policière.

Et ces cas ne sont pas isolés, d'autres pratiquantes reviennent sur des situations analogues vécues dans différentes enseignes mixtes. Laure (21 ans, étudiante), par exemple, explique *« c'est vrai que dans les salles de sport ou quoi on se fait toujours regarder par les mecs et tout, c'est un peu, c'est un peu lourd. (...) De moi-même je serais pas allée dans une salle de muscu où il y avait que des mecs, ça c'était sûr j'allais pas y aller »*, *« j'aime pas trop en fait quand il y a des hommes. (...) La salle où j'étais avant (...) c'était beaucoup des jeunes qui voulaient vraiment se muscler, se gonfler, euh (rires). Donc du coup, c'était un petit peu intimidant, je vais dire. Chaque fois qu'on arrivait, y a tous les garçons qui se retournaient (...). Il y avait des garçons quand même qui étaient vraiment à regarder, je veux dire plusieurs fois. (...) Avec les hommes c'est pas pareil. Je veux dire euh, c'est un peu plus insistant, c'est un peu plus de la provoc' »* (Julie, 23 ans, assistante maternelle dans une crèche). Même si elles

ne le verbalisent pas ainsi, le vocabulaire usité par ces enquêtées, « *intimidant* », « *insistant* », « *provoc'* », traduit combien les espaces de remise en forme mixtes demeurent des lieux d'expression de la domination masculine (Bourdieu, 1998), illustrant ainsi la persistance des rapports de pouvoir entre les sexes exercés tant sur les esprits que sur les corps dans une société supposée égalitaire (Laufer, 2005). Dit autrement, le regard de l'homme porté sur le corps des femmes participe à « *métaphorise[r] le rapport de domination qui continue à les lier et à les séparer au sein de toute l'activité sociale* » (Bihl et Pfefferkorn, 2002, 269).

Les attitudes et comportements adoptés par ces hommes, peuvent être qualifiés de harcèlement (non)verbal, au sens où l'entend Maryse Jaspard (2005), c'est-à-dire regroupant le caractère obscène des « traits d'humour », les allusions à la silhouette ou au comportement, les remarques graveleuses ou encore les modes de communication non verbaux qui passent par le regard, les gestes à connotation sexuelle, les sifflements notamment. Ces situations de harcèlement, qui relèvent dans nombre de cas « *du machisme ordinaire, de la culture de la virilité* » (Jaspard, 2005, 109) impactent, selon nos résultats, l'activité d'entretien corporel des clientes, astreignant ces dernières à repenser leur manière de pratiquer pour se préserver de ces désagréments. Ainsi, certaines femmes expliquent ne plus oser s'y rendre seules, s'organisant pour être accompagnées d'une ou plusieurs amies, s'opposer à l'inscription de leurs filles « *ma fille qu'est bien faite, elle a ce qu'il faut là où il faut, je l'imagine pas du tout et je la laisserai pas du tout aller dans une salle de sport comme ça, habillée de la sorte parce que, bah, heu, le regard des hommes il est là quand même, hein* » (Solange, 44 ans, assistante maternelle). Cela n'est pas sans rappeler les stratégies qualifiées d'ordinaires par Yves Raibaud (2015), au cours de son étude portant sur l'appropriation des espaces urbains par les femmes et les hommes, qui consistent en l'intériorisation de « *précautions*²⁹⁹ » pour anticiper toutes rencontres indésirables à tel point qu'elles deviennent habituelles, de l'ordre du réflexe. En agissant ainsi, tout porte à croire que les femmes acceptent les conditions qui leur sont imposées dans l'espace public, même si celles-ci sont particulièrement inégalitaires et contraignantes, voire « *rétrogrades* », pour reprendre le terme employé dans le rapport de l'Agence de l'Urbanisme de la ville de Bordeaux portant sur « *l'usage de la ville par le genre* » (Aurba, 2011). Dans le cadre de notre étude, les femmes inscrites au sein de différentes salles de remise en forme mixtes ont elles aussi adopté une stratégie pour éviter cet écueil en révisant leur choix de pratique initial pour se tourner vers des établissements strictement réservés aux femmes. Tout se passe comme si les

²⁹⁹ Cela peut notamment tenir au choix de leurs tenues vestimentaires, de leur itinéraire, à la possession d'objets de défense.

regards d'hommes hétérosexuels et les entreprises de séduction, auxquelles une part d'entre eux s'adonne, justifiaient le choix de travailler son corps dans un « entre-femmes ».

3.2. Une pratique sans complexe et sans entrave

L'interdiction d'accès et d'adhésion aux hommes aurait d'autres vertus, celle d'atténuer voire de faire oublier les complexes éprouvés par nombre de femmes, c'est en tout cas le slogan choisi par les établissements *Bodyfit Club* de Boulogne-sur-Mer et de Calais : « *100% féminin, 0 complexe* ». Les professionnel.le.s ayant choisi ce positionnement « *original*³⁰⁰ » en sont convaincu.e.s : dans un entre-soi, il se trouve que les clientes sont « *moins complexées, plus à l'aise* » (Emeline et Jessy, 34 et 32 ans, gérantes et encadrantes) ; « *réservé aux femmes c'est bien parce que (...) dans les autres clubs où y avait des hommes le problème c'est que, quand on est pas très à l'aise physiquement et tout ça, on peut se sentir complexé* » (Nadège, 40 ans, gérante). Et comment il pourrait en être autrement dans un contexte social où le corps des femmes est soumis à une esthétisation et à une érotisation constante, où la pression s'exerce par les regards évaluateurs des autres, et plus particulièrement ceux des hommes, entravant ainsi leur mobilité dans l'espace (Bacou, 2014). Mais cette gérante ne se fait pas seulement la voix de ses clientes, elle s'identifie voire se confond avec ces dernières, l'emploi de la formule « *c'est bien pour moi* » en témoigne. Il faut dire qu'avant d'occuper ce poste, Nadège était elle-même pratiquante au sein d'un établissement analogue, en vue de perdre du poids³⁰¹. De là à penser que cela dépasse le seul discours commercial, il n'y a qu'un pas. D'autant que les propos tenus par les adhérentes, interrogées sur le choix de pratiquer dans un espace démixé - viennent corroborer leurs dires : « *ça me choquait un peu parce que, y avait cette mixité qui ne se faisait plus. Donc cette salle réservée aux femmes me gênait un peu par rapport à mes valeurs. [Mais], vous allez peut-être rire, hein, mais heu, on est un peu complexées, pas complexées mais on n'a pas, on n'a plus des corps de rêve, quoi, donc là, on se sentait plus à l'aise* » (Patricia, 62 ans, retraitée) ; « *quand t'écoutes autour de toi, c'est un peu le ressenti de pas mal de femmes, quoi, qui ben, qui font du sport parce que, bah voilà, ils veulent un peu comme moi au départ se dire je veux perdre un peu de poids. Donc, quand tu veux perdre un peu de poids, bah t'es pas très*

³⁰⁰ Nous reprenons ici, l'expression employée par Sylvain (46 ans, gérant) au cours d'un entretien.

³⁰¹ Nous étant rendue à plusieurs reprises dans la salle qu'elle fréquentait auparavant, son objectif de perte de poids nous a été livré par l'un des membres du personnel au cours d'une discussion informelle mais les éventuels résultats obtenus par le biais de sa pratique n'ont quant à eux pas été évoqués. En conséquence, nous ne pouvons déterminer si les kilogrammes qu'elle jugeait superflus ont été perdus en partie ou en totalité au cours de son abonnement, seulement constater que Nadège semble présenter, le jour de l'entretien, un surpoids.

à l'aise dans ta silhouette, t'es pas très à l'aise dans une salle de sport [sous-entendu mixte] » (Annie, 52 ans, agent d'entretien) ; *« c'est ce qui m'a poussé, pour pas avoir le regard des hommes sur moi, etc. (...) Je me sentais pas à l'aise avec moi-même donc je pensais qu'en étant qu'entre femmes ça serait plus simple et c'est vrai que c'est beaucoup plus simple en fait »* explique Carole (37 ans, aide-soignante) ; Janice (42 ans, en cours de création d'une entreprise) précise qu'*« à l'époque [de son inscription] oui [elle accordait de l'importance au fait que cela soit strictement réservé aux femmes], maintenant non »*. Questionnée sur ce revirement, elle poursuit *« parce qu'en fait y a eu une évolution en fait, dans ma tête heu... J'avais perdu, j'ai perdu du poids entre deux, donc voilà. Donc, je m'affine un peu plus, c'était plus facile »*. Les propos de ces pratiquantes sont autant d'illustrations de ce que Pierre Bourdieu (1998, 60) nomme *« les actes de connaissance et de reconnaissance pratiques de la frontière magique entre les dominants et les dominés »*, les dominants étant représentés dans le cadre de notre enquête par les hommes et les femmes exerçant leur activité d'entretien corporel au sein des établissements de remise en forme mixtes. Car en exprimant leurs complexes et en souscrivant dans une structure interdite aux hommes, nos interviewées montrent une forme d'acceptation, d'adhésion aux limites symboliques qui leur sont imposées, se faisant ainsi des actrices privilégiées de leur propre domination.

Mais les complexes éprouvés par les pratiquantes ne se limitent pas à leur surpoids, ou plus généralement à leur corps, ils concernent également la pratique de remise en forme elle-même. Et cela tient tout d'abord au fait que plusieurs de nos enquêtées soient novices en la matière. S'y initier ne se fait donc pas sans quelques appréhensions, d'autant que parmi les clientes de ces structures unisexes, nombreuses sont celles à n'avoir exercé aucune activité physique durant de longues années, voire à éprouver un dégoût pour la pratique sportive, ou encore à s'être opposées à l'idée de pousser la porte d'une salle de fitness : *« la dame qui a 65 ans, ça fait 40 ans qu'elle a pas fait de sport et elle n'aurait jamais osé pousser la porte d'une salle de remise en forme classique »* (Mégane et Mélanie, 32 et 28 ans, gérantes et encadrantes) ; *« j'ai toujours dit : non, les salles de sport je veux pas (...) parce que voilà on avait dans la tête aussi les machines que les hommes utilisaient systématiquement dans les salles de sport et tout »* (Kathy, 45 ans, directrice de crèche) et cela s'explique très souvent par l'image négative qu'elles s'en faisaient *« je n'avais jamais mis les pieds dans une salle de fitness, du tout. (...) ça me semblait pas être mon truc cette histoire de, de gonflette, de frime »* (Noémie, 37 ans, employée administratif), *« dans ma tête, les salles c'était bah, c'était réservé aux bimbos »* (Sylvie, 47 ans, comptable). Le caractère démixé de ces espaces s'est donc révélé être un argument de poids quant à leur inscription comme le soulignent Nadine (52 ans, professeure des écoles) : *« comme*

justement j'étais débutante, j'y connaissais rien, je crois même que je me sentais même plus à l'aise finalement » et Lucia (52 ans, architecte libérale) « *c'est bien je trouve, oui, oui. Je sais pas ce que ça donnerait avec des hommes parce que j'ai jamais fait* ».

Force est de constater ensuite, que la présence « masculine » se veut contraignante notamment quand il s'agit de disposer de l'ensemble du matériel présent au sein des établissements mixtes comme l'explique Christian (45 ans, gérant) « *quand tu vas dans une salle de mec et mixte, comme il y a tellement de mecs qui sont sur les machines, tu fais que du cardio donc tu ne fais pas de la musculation. Du coup, tu peux pas mincir dans une salle de mecs puisque les mecs font de la musculation et ils te regardent bizarrement quand tu fais de la musculation* ». Et ce n'est pas Héléne (28 ans, infirmière), cliente au sein d'une structure concurrente, qui va le contredire : « *on va dire, que pour l'accès de certaines machines, c'était entre guillemets ce que j'appelle les gros bras et nous, fallait attendre notre tour* », de fait « *je me sentais pas du tout à ma place* ». Nos observations montrent, en effet, qu'intégrer certaines salles démixées permet aux clientes de s'adonner à d'autres exercices physiques, en accédant notamment aux appareils de musculation dite « lourde », chose difficile à mettre en œuvre dans des centres mixtes au sein desquels cet espace de pratique est majoritairement occupé par les hommes (Bessy, 1993 ; Travaillet, 1998 ; Hidri 2004 ; Meidani, 2005). Nous disons bien « certaines » car exceptions faites des structures *Bodyfit Club* - qui proposent à leurs clientes un espace dédié à la musculation - la quasi-totalité des structures strictement réservées aux femmes de la région des Hauts-de-France, s'est, rappelons-le, spécialisée dans le *circuit-training*³⁰².

Enfin, l'entre-femmes permettrait de s'adonner à son activité d'entretien corporel en toute liberté, autrement dit sans gêne et sans retenue : « *lorsque t'es entre femmes tu t'éclates, tu t'arraches, tu cries, tu déconnes. Dès lors où tu as la manne masculine, tu te retiens. (...) Regarde dans un club 100% féminin regarde l'ambiance des cours, comment ça crie, ça déconne, tu vas pas la retrouver dans un club mixte où t'as des hommes autour* (Christian, 45 ans, gérant) et c'est ce que craint Samia (33 ans, femme au foyer) : « *s'il y avait eu des hommes, je sais pas l'ambiance, je pense qu'elle aurait pas été la même s'il y avait eu des hommes* ». Cette enquêtée poursuit en avançant un autre argument, « *j'aurais pas pu faire de sport avec une salle mixte en fait, mélangé hommes/femmes, ça par contre ça m'aurait dérangé (...). Y a une espèce de promiscuité, enfin on est quand même assez proche, je trouve, et on est sur nos machines et on bosse et on bosse et on sue et pff, je sais pas. Devant certaines femmes d'avoir des positions bizarres et de faire mon sport et mon travail, bon ça me dérange pas plus que ça*

³⁰² Cet aspect a été développé précédemment, dans le [Chapitre 3](#).

» (Samia, 33 ans, femme au foyer) mais pour cette pratiquante, il en serait autrement en présence d'un homme. En exprimant la gêne occasionnée par la sudation ou encore les positions imposées par l'utilisation de certaines machines, les propos de Samia font directement écho à ceux tenus par Betty (28 ans, encadrante) pour justifier la neutralisation des regards extérieurs³⁰³, légitimant ainsi ce dispositif.

3.3. Séparer pour mieux rapprocher

La non-mixité³⁰⁴ imposée par ces établissements dédiés à l'entretien corporel favoriserait également la création d'un lien social entre les clientes, c'est en tout cas ce que vantent les professeur.e.s de fitness et les gérant.e.s. exerçant leur activité professionnelle dans les différentes enseignes enquêtées : « *elles se parlent toutes ensemble* » (Sonia, 35 ans, gérante et encadrante) ; « *la plupart du temps elles viennent à la même heure, donc généralement ça créé des liens à fond* » (Ambre, 24 ans, encadrante) ; « *dans une demie heure, trois quart d'heure, il va y avoir une dizaine de filles sur le circuit et puis elles vont papoter un petit peu, elles vont se dire 'bah voilà il s'est passé ça dans ma journée' et elles vont discuter (...). Elles viennent parce qu'elles savent qu'à cette heure-ci va y avoir des filles qu'elles connaissent* » (Romain, 22 ans, encadrant) ; « *y en a beaucoup (...) elles venaient pas forcément pour le sport, [elles] papotaient beaucoup et se retrouvaient entre elles* » (Sandra, 48 ans, gérante). Et selon eux, les sujets de discussion seraient variés. Nos observations (non) participantes viennent corroborées leurs dires, en témoignent ces extraits de notre journal de terrain.

Encadré 14

Observations du mardi 30 mai 2017

Les pratiquantes discutent de leur projet jardinage du week-end. Elles souhaitent profiter du beau temps pour planter des fleurs, nettoyer ce qui doit l'être afin de rendre leur jardin agréable et attrayant, etc. Une autre adhérente, quant à elle, se prépare pour un mariage et parle de la tenue qu'elle va revêtir ainsi que de la route qu'il l'attend pour s'y rendre. La troisième parle quant à elle de la visite de ses enfants et petits-enfants.

³⁰³ Cela a déjà fait l'objet d'un développement dans ce même chapitre.

³⁰⁴ D'autres critères, tenant également à l'organisation spatiale et matérielle, encouragent les relations verbales entre les pratiquantes, nous l'avons déjà évoqué au cours du Chapitre 3.

Encadré 15

Observations du jeudi 6 juin 2017

Deux femmes font le circuit côte à côte. Elles échangent tout au long du *circuit-training* sur l'absence de l'une de leur connaissance, évoquant les problèmes de santé qui l'empêchent de pratiquer depuis plusieurs semaines. Il est également question de leur vie personnelle, de leurs proches (mari et enfants), des difficultés et problèmes rencontrés au quotidien.

Encadré 16

Observations du jeudi 20 juillet 2017

Il semblerait que ce jeudi soit placé sous le signe de la bonne humeur, de nombreux rires s'échappent du circuit, comme si les adhérentes s'étaient données le mot pour faire régner une ambiance agréable et bon enfant. Et l'animation du jour proposée par la stagiaire en diététique, qui consiste à retrouver tous les ingrédients constituant les différents smoothies préparés par ses soins, ne semble pas les freiner dans cet entrain, bien au contraire. Les rires ne s'estompent pas malgré l'effort, et se veulent particulièrement communicatifs, m'amenant à perdre également mes moyens sur une des machines. Le poids des silences déjà éprouvé à maintes reprises s'est provisoirement envolé pour laisser place à une ambiance particulièrement appréciable, d'autant qu'elle tend à faire oublier la monotonie du circuit, le caractère répétitif de ce dernier.

Nul doute que notre présence assidue sur le terrain, sur des créneaux variés et/ou des périodes de longue durée, a facilité la mise au jour de ces variations (silence/discussion/rire). Ainsi, nous avons été en mesure de constater voire même d'éprouver la notion de « convivialité³⁰⁵ » mise en avant par nombre de nos enquêtée.e.s - professionnel.le.s du marché de la forme comme pratiquantes - au cours des entretiens. Mais ce sont ces dernières qui le verbalisent encore le mieux : « *c'est bien de se retrouver entre filles, on discute, y a une bonne ambiance³⁰⁶* » ; « *même si je connais personne, je vais faire mon sport et puis après j'y, je vais essayer de parler avec quelqu'un, de, d'avoir quelqu'un à qui parler* » (Carole, 37 ans, aide-soignante) ; « *c'est vrai que tous ceux, que toutes les filles papotent heu des fois en sortant, enfin en début de cours heu, les coaches sont obligés de dire, eh oh on se tait, on y va (rires) !* » (Stéphanie, 45 ans,

³⁰⁵ Nous reprenons le terme employé par de nombreux interviewé.e.s.

³⁰⁶ Explique une cliente, qui ne fait pas partie à proprement parlé de nos enquêtée.e.s mais qui a participé, malgré nous et pendant quelques minutes, à l'entretien réalisé avec Romain (22 ans, encadrant) à l'espace commercial de l'établissement.

psychologue) ; « *ce qui est bien c'est que quand on se dit qu'on va là, on voit un peu de monde, on croise des gens et on parle un petit peu (...). Les gens sont sympas, ils disent bonjour, souvent. Et puis, on peut s'ouvrir aux autres et des fois les autres viennent nous parler* » (Lucia, 52 ans, architecte libérale) ; « *c'est aussi le but, c'est de, voilà, de papoter de choses et d'autres, et qui n'ont absolument rien à voir avec... (...), on a plus de facilités des fois à se confier à des gens qu'on connaît pas spécialement* » (Kathy, 45 ans, directrice de crèche) ; « *à force, on se fait des amies quand même, comme à la Zumba c'est toujours les mêmes à peu près qui viennent, donc à force on se parle, on se connaît* » (Laure, 21 ans, étudiante) ; « *puisque'on a à peu près les mêmes horaires, bah voilà, on discute ensemble, heu, c'est, ouais (...), j'ai fait des rencontres sympas* » (Annie, 52 ans, agent d'entretien) ; « *à force d'y aller, bah on rencontre des personnes, qu'on voit des fois, bah à chaque fois c'est ça qui est marrant aussi parce que bah ça permet de sympathiser. Et puis, ça permet aussi de faire des rencontres, je vais dire, c'est sympa* » (Julie, 23 ans, assistante maternelle dans une crèche) ; « *on fait notre sport et puis on parle entre copines quoi. Parce que ça devient des copines un peu* » (Emma, 21 ans, étudiante).

Selon nos analyses, l'homosociabilité imposée par les salles de fitness réservées aux femmes tend à recréer, comme l'a montré Erving Goffman (2002, 50-51), « *un mode de relations sociales internes [propre, déjà effectif dans] les fraternités [ou] les systèmes d'entraide féminins* ». Et cela porte à conséquence puisqu'elle favorise la création d'un lien social entre les clientes, et ce quels que soient leur âge ou encore leur activité professionnelle. Une conclusion à laquelle Béatrice Jacques (2012) est déjà parvenue, en étudiant les cours de préparation à la naissance. En effet, l'auteure montre que l'entre-femmes encourage la prise de parole, qu'il s'avère propice au partage d'expériences, chacune apprenant des autres. Patricia (62 ans, retraitée) tient peut-être une piste explicative en ce sens : « *on a vécu la même chose, beaucoup des grossesses, heu, heu, des moments de, de, de stress, la ménopause, on est tous, heu, toutes passées par là. Les hommes c'est autre chose. [Avec des hommes], je pense que les conversations ne seraient pas les mêmes. On aurait toujours un peu peur du regard* » ; on parle « *des enfants, comme quoi, que les ados c'est chiant (...). Tu partages parce que tu te dis tiens, bah elle aussi elle a un ado à la maison, [et] c'est pas simple* » (Annie, 52 ans, agent d'entretien).

3.3.1. Des relations singulières mais éphémères

Ces structures d'un nouveau genre ont su tirer parti du caractère non-mixte de leur espace de pratique pour développer une forme de sociabilité entre les pratiquantes. Une véritable singularité si on les compare à celles qui accueillent une clientèle non distinctive selon le sexe. Rappelons qu'au sein de ces dernières, les échanges verbaux et les regroupements d'individus se font particulièrement rares (Ernst et Pigeassou, 2005). Il en est donc autrement dès lors que la non-mixité est de mise. Les discussions sont fréquentes et les sujets abordés particulièrement variés, en témoignent ces clientes au cours des entretiens menés : « *on est plus dans les conseils d'apéros et de choses comme ça (rires), (...) les bons plans du vendredi soir, du jeudi comme dirait Sophia, ou du week-end* » (Kathy, 45 ans, directrice de crèche) ; « *on parle de tout, après forcément avec des filles, on va aborder des sujets un peu plus privés qu'avec d'autres comme on les connaît un peu plus. Mais, oui, on parle de tout facilement, c'est ça qui est bien* » (Laure, 21 ans, étudiante) ; « *on parle un peu de l'actualité, un peu du temps, donc heu, classique, banal et puis surtout les enfants. (...) Voilà, donc on parle de choses et d'autres* » (Patricia, 62 ans, retraitée) ; « *sur le circuit, y a des personnes qui vont parler de leurs problèmes au boulot, y en a qui vont parler de leur dernier week-end, y en a qui parlent entre elles de leurs enfants* » (Catherine, 50 ans, assistante de direction) ; « *on parle de sport, on parle (...) de choses toutes bêtes et puis c'est comme ça en fait qu'on commence à discuter avec la personne* » (Julie, 23 ans, assistante maternelle dans une crèche) ; on discute « *du cours, de la salle, de la vie, de tout, de tout, de nos vies quotidiennes, on parle de tout* » (Carole, 37 ans, aide-soignante) ; un constat également partagé par Emma (21 ans, étudiante) « *y en a une, elle a un problème ce week-end bah avec sa voiture, elle nous raconte. Il lui est arrivé un truc, bah voilà. Vraiment de tout, des choses du quotidien. Donc, la plupart sont mamans donc elles parlent de leurs enfants, ce qu'il a fait, ce qu'ils font comme sorties (...). C'est vraiment tous les sujets du quotidien* ». Qu'elles se livrent personnellement - en divulguant des éléments qui relèvent parfois de l'intime - ou qu'elles abordent des sujets ayant trait aux loisirs, au quotidien, ou encore à l'actualité, ces échanges verbaux dépassent rarement les murs de l'établissement de sorte qu'une fois la séance terminée et les portes refermées, chacune semble reprendre le cours de sa vie. Un constat également observé par Béatrice Jacques (2012) lors des cours de préparation à la naissance, où les femmes se lient d'amitié le temps de leur hospitalisation seulement. L'effectivité d'un lien social entre les clientes apparaît somme toute relative, ce dernier demeurant une possibilité en apparence mais éphémère dans les faits. Ces relations circonscrites sont assumées par les pratiquantes « *on est contentes de se retrouver, mais on va pas spécialement parler de ce qui*

sort de la salle de sport en fait. (...) On est amies sur Facebook, etc., donc on voit effectivement quand il y a des filles qui ont des problèmes ou autres, mais je vais pas spécialement et spontanément aller me proposer pour lui venir en aide ou autre (...). On crée des affinités, mais on se voit effectivement au sport, pas forcément entre-deux » (Kathy, 45 ans, directrice de crèche) ; « pour l'instant ça reste dans le cadre de la salle, j'ai pas, j'ai pas encore franchi le cap de, y en a une qui m'a demandée sur Facebook, j'ai accepté, Dominique, mais on ne se voit pas à l'extérieur » (Annie, 52 ans, agent d'entretien) car finalement « on vient faire nos exercices [et] même si on se dit bonjour, au revoir (...) on se connaît pas » (Marylène, 53 ans, professeure des écoles). Peut-on réellement s'étonner d'une telle réalité ? Si on en croit l'adage « qui se ressemble, s'assemble », mais surtout les études réalisées dans le monde du travail (Hidri-Neys, 2009 ; Eloire, 2014) ou encore sur les couples (Vanderschelden, 2006), il semblerait qu'on ne puisse répondre que par la négative. Car, en-dehors d'un cadre de pratique partagé et de l'appartenance au même groupe de sexe, nombre de caractéristiques tendent à éloigner les pratiquantes les unes des autres à commencer par leur âge, leur morphologie ou encore leur situation professionnelle, familiale et sociale. Ce manque d'homophilie ou pourrait-on dire ces « liens faibles », pour reprendre la formule consacrée par Mark Granovetter³⁰⁷ (2000), pourrait donc être imputé à la pluralité des profils de pratiquantes observée au sein de ces structures interdites aux hommes.

Dans de très rares³⁰⁸ cas cependant, ces entre-femmes deviennent le théâtre de nouvelles « amitiés ». Mélanie (20 ans, étudiante) en a fait l'expérience en faisant la rencontre d'une femme avec laquelle elle partageait, sans le savoir, des ami.e.s. Et au fil des semaines, elles « prévoyai[ent] aussi de se voir en extérieur ». Pour Catherine (50 ans, assistante de direction), s'adonner à son activité d'entretien corporel a été l'occasion de se rapprocher de plusieurs autres pratiquantes. Et la fermeture de l'établissement, que toutes fréquentaient il y a plusieurs années maintenant, ne les a en rien découragées dans cette entreprise « ah j'ai rencontré des amies [dans l'ancienne salle où elle pratiquait] et avec lesquelles je suis toujours amie ». Cela vaut également quand ce sont les adhérentes elles-mêmes qui décident de mettre fin à leur

³⁰⁷ Ce sociologue oppose deux types de liens : « les liens forts » - pour désigner ce qui relève du cercle proche, qu'il soit familial ou amical par exemples, et qui est caractérisé par le partage d'un temps long, d'émotions intenses - et « les liens faibles », qui sont le fait de rencontres qu'on pourrait qualifier de plus occasionnelles. Pour autant les seconds ne sont pas moins importants que les premiers, si on en croit l'auteur. En effet, il montre que « les liens faibles » permettent d'accéder à des ressources différentes de celles acquises par le biais des « liens forts ».

³⁰⁸ Parmi les vingt-sept adhérentes interrogées au cours de cette étude, seule trois nous ont fait part de la création d'un lien d'amitié avec une ou plusieurs autres pratiquantes, un lien qui se perpétue au-delà des murs de la structure dans laquelle elles pratiquent leur activité d'entretien corporel.

abonnement comme l'explique Paula (63 ans, retraitée) qui s'est faite : « *plein de copines (...). J'ai une copine qui revient là au mois d'octobre, (...) c'est la seule que je côtoie* [encore dans et en-dehors de la structure]. *Bah, y en a pas mal qui sont parties quand même* ».

S'ils font figure d'exception, ces exemples montrent que des relations plus suivies peuvent naître de ce qui était initialement que le partage d'un cadre de pratique commun. Cependant, la rareté et le caractère limité de ces dernières ne peuvent occulter l'éphémérité des relations sociales qui se jouent majoritairement, entre les clientes, au sein de ces espaces démixés. En est-il de même dans la relation de services liant les professionnel.le.s à leurs abonnées ?

3.3.2. Réduire la distance de la relation de services

Définies comme des « *relations qui se nouent entre des individus, et parfois entre des organisations, (...) à l'occasion d'une prestation de services par les uns à l'intention des autres* » (Gadrey, 1994, 381-382), les relations de services ne semblent pouvoir être pensées autrement que comme un rapport social à part entière (Jeantet³⁰⁹, 2003). Au sein des entre-femmes étudiés, notre présence sur le terrain a permis de mettre au jour de nombreux échanges verbaux entre les membres du personnel et la quasi-totalité des femmes observées³¹⁰ (383/386). Et cela tiendrait, selon un gérant, au fait que les adhérentes profiteraient des caractéristiques de cet espace particulier pour échanger sur le travail, la météo, les vacances, la famille mais également sur des sujets relevant de l'intime. Indifféremment de leur sexe, les professionnel.le.s interviewé.e.s racontent combien leurs abonnées « *se confient. Y'en a qui nous raconte leur vie, on rentre vraiment dans la vie des gens* » (Caroline, 33 ans, gérante). Ivan Jablonka (2015, 28) a montré qu'il en allait de même dans les instituts de beauté. Les esthéticiennes, qu'il a interrogées, « *soulignent unanimement la variété des conversations : les enfants, la famille, la maison, le travail, l'amant, mais aussi, en fonction des vicissitudes de la vie, le manque de désir au sein du couple, les violences d'un compagnon, le mari qui est parti avec une jeune, des fausses couches à répétition, un viol, des parents toxiques, le burn-out de l'hiver dernier, une*

³⁰⁹ Dans ses travaux, l'auteure revient sur les spécificités des relations de services et montrent tout d'abord qu'elles sont inscrites dans la durée, impliquant « *un apprentissage mutuel* » de la part des parties prenantes, ensuite qu'elles se veulent codifiées par le biais de prescriptions émanant aussi bien des institutions que des destinataires et enfin qu'elles revêtent une forme de subjectivité dans le sens où « *elle[s] engage[nt] corporellement et psychologiquement chacun des acteurs et s'étende[nt] au-delà de l'interaction proprement dite* » (Jeantet, 2003, 194).

³¹⁰ Seules les observations réalisées au sein des structures *Curves* ont été prises en considération sur ce point et cela tient au fait que l'établissement *Fitness Pass* est en accès libre-service et ne dispose d'un encadrant que deux heures par semaine. Quant au centre *Fitness Sun*, même si au moins un membre du personnel est continuellement présent au sein de la structure, il n'intervient pas dans l'espace de pratique, si ce n'est lors de l'animation des cours collectifs.

maman âgée qui s'éteint, le cancer du sein qu'on vient de diagnostiquer ». Tout se passe comme si la relation établie entre les promoteur.rice.s de la forme et leurs clientes reposait sur la confiance permettant aux secondes de se raconter librement. Un constat déjà réalisé par Angelo Soares (2002, 245), qui s'est attaché à étudier les travailleur.se.s dans le domaine des services. Pour l'auteur, « *il y a une relation de confiance qui se construit par un travail émotif et la communication qui peuvent être associés aux compétences relationnelles et émotives des travailleuses et travailleurs* », renvoyant d'une part, à l'idée que ce travail émotionnel fait partie intégrante de l'activité professionnelle de nombre d'individus comme a pu le décrire Arlie Russel Hochschild³¹¹ (2003) et d'autre part, au choix entrepris par les gérant.e.s concernant le recrutement de leurs salarié.e.s³¹².

Et les professionnel.le.s ne s'y trompent pas au regard des propos tenus unanimement par les pratiquantes lors des entretiens : « *Jennifer, on pouvait, je pouvais parler de tout et de rien avec elle. (...) [Les] coaches [sont] toujours à l'écoute* » (Sylvie, 47 ans, comptable) ; « *ils sont sympas, on accroche bien avec eux (...). C'est des gens aussi avec qui on peut discuter, pas forcément que de sport* » (Kathy, 45 ans, directrice de crèche) ; on discute « *de tout, je pense. Du week-end dernier, du, pfff de leur vie privée un peu, de la nôtre enfin..., un peu de tout quoi* » (Janice, 42 ans, sans emploi, en cours de création d'une entreprise) ; « *c'est vrai que, on parle d'un peu de tout et vraiment sans tabou* » (Hélène, 28 ans, infirmière). Selon Catherine (50 ans, assistante de direction), la variété des discussions s'apparente à celle engagée dans un autre espace dédié aux soins corporels : « *c'est un peu comme chez le coiffeur (...) y a le privé qui intervient, enfin tes, tes goûts etc. Et je pense que eux s'adaptent aussi du coup en fonction de la personne* ». Dit autrement par Marylène, (53 ans, professeure des écoles), les membres du personnel « *connaissent le parcours de chacune, la vie personnelle de chacune parce qu'elles ont à cœur de... (...), elles prennent en compte la personne vraiment dans sa dimension globale et dans sa vie entière* ». Et cela dépasse parfois les simples échanges établis dans le cadre des relations de services, comme a pu là encore le montrer Arlie Russel Hochschild (2003), exposant les professionnel.le.s du secteur à la détresse psychique, sociale et physique de certaines de leurs abonnées à l'image de Carla (27 ans, mère au foyer).

Rencontrée lors de notre enquête, elle a accepté de revenir sur la relation qui la lie aux encadrant.e.s.

³¹¹ Pour l'illustrer, elle prend l'exemple de différentes professions ayant trait à l'aide à la personne et/ou à domicile, à la garde d'enfants ou encore à la prostitution.

³¹² Un élément qui a déjà été analysé au cours de ce chapitre.

« On est bien entourées et puis si ça va pas, on peut parler, dire bah qu'on n'a pas le moral. Elle le voit de toute façon, Anna quand ça va pas. Elle est toujours là (...). Elle essaye toujours de nous soutenir en fait. (...) Je me suis ouverte à Anna. Anna, elle me parle beaucoup, elle m'aide beaucoup mentalement et tout ça. Quand ça va pas, elle me fait un bon coaching et, pour que je me vide la tête. Et puis si elle a le temps, elle vient avec moi. (...) Ils m'ont soutenue parce qu'en fait pour eux c'était étrange que je venais bah du matin huit heures jusqu'au soir neuf heures, (...) ils ont vu qu'il y avait un truc qui allait pas dans la maison et puis... (...) si je suis pas bien même à l'extérieur, je peux envoyer un message à Anna, elle me répond et à Raphaël. Ils sont toujours là à remonter le moral ».

Finally, the analysis of the collected materials shows another facet of the job of manager.e and/or supervisor.e in a dressing room reserved for women³¹³. It cannot be reduced to the proposition of a service aimed at physical maintenance, as it integrates into the contact with the clientele a social and psychological dimension, as we have noticed with Sonia (35 years, manager and supervisor), with the two « *les pys de la nouvelle époque* » (Christian, 45 years, manager).

4. Et quand l'homme réapparaît

Si les centres de remise en forme étudiés interdisent leur accès et adhésion aux hommes, le caractère restrictif ne saurait s'appliquer de manière systématique aux membres du personnel, il demeure une liberté laissée à l'appréciation des responsables, y compris celles et ceux qui revendiquent leur appartenance à un réseau franchisé. On peut s'en étonner compte tenu d'une part, des arguments avancés par les professionnel.le.s - pour légitimer la ségrégation sexuée imposée à leur clientèle - et d'autre part, de ceux délivrés par les adhérentes interrogées - pour justifier le choix d'un tel lieu de pratique - car elles mettent directement en cause la présence des hommes ainsi que leur comportement, les tenant pour responsables de nombre de désagréments. A l'aune de ce constat et des résultats déjà mis au jour dans ce chapitre comme dans le précédent, il paraissait heuristique de quantifier la répartition entrepreneuses / entrepreneurs (cf. Tableau 23) en mobilisant tant nos observations (non) participantes et nos entretiens que les données délivrées par le greffe du tribunal de commerce.

³¹³ Il en va autrement au sein de leurs homologues mixtes puisque les interactions sont principalement, voire quasi exclusivement, axées sur la transmission de savoir-faire relatifs à l'utilisation du matériel ou la réalisation des exercices physiques (Meidani, 2007).

Tableau 23

Recensement des professionnel.le.s selon le sexe

	Gérant	Gérante	Co-gérance (hommes)	Co-gérance (femmes)	Co-gérance mixte
Salles indépendantes	6	2	1	2	0
Salles franchisées	8	14	1	3	3
Total	14	16	2	5	3

En combinant ces différentes méthodes de recueil et d'analyse des données, nous avons été en mesure d'apprécier que parmi les quarante-et-un³¹⁴ établissements strictement réservés aux femmes que compte la région des Hauts-de-France, vingt-et-un étaient dirigés par des femmes quand seize l'étaient par des hommes. Les trois établissements restants présentent quant à eux une co-gérance mixte. Cette prévalence des femmes ne va pas de soi dans le monde de l'entrepreneuriat. Avec 400 000 femmes pour 1,6 millions d'hommes³¹⁵, les femmes travaillant de manière indépendante en revêtant la casquette de cheffe d'entreprise demeurent minoritaires comme l'ont montré les travaux d'Annie Fouquet (2005) qui leurs sont consacrés. Une tendance qui tend à s'inverser dans le secteur des services et plus encore dans certains domaines d'activités pouvant se singulariser selon trois spécificités que sont, selon Bertrand Duchêneault et Muriel Orhan (2000, 64), « *la dimension féminine de l'activité (esthétique, mode, soins de la personne, de la famille, éducation...), les qualités requises plutôt féminines (sens de l'écoute, communication, imagination, sens du détail...), les barrières peu élevées à l'entrée (financières, compétences techniques...)* ». Appliquées au domaine de la remise en forme et plus spécifiquement aux salles unisexes, les caractéristiques définies par les auteur.e.s prennent tout leur sens. En effet, « *la dimension féminine de l'activité* » et « *les qualités requises plutôt féminines* » se retrouvent dans le choix de s'investir dans un espace dédié à l'entretien corporel, plus encore quand il répond parfaitement aux caractéristiques du « *pratiquer féminin* » tel que décrit par Catherine Louveau (1998, 49), et où l'écoute et la communication font parties intégrantes du métier au quotidien³¹⁶. Quant à l'investissement financier réalisé pour développer leur entreprise, nous avons déjà montré au cours du Chapitre 3 que les droits d'entrée pour accéder à une franchise proposant des activités de remise en forme exclusivement

³¹⁴ Nous ne disposons pas de cette information pour un d'entre eux. De plus, il convient de préciser que les changements de propriétaire sont fréquents sur le marché du corps et de la forme. Ainsi, ce recensement est amené à évoluer au fil des semaines ou mois à venir.

³¹⁵ Les derniers chiffres publiés par l'INSEE, le 28 juillet 2015, faisaient état à la fin de l'année 2012 de 900 000 femmes indépendantes ou dirigeantes salariées d'entreprise pour 1 800 000 hommes et ce, en excluant le secteur de l'agriculture. Si la part de femmes augmente sensiblement comparativement à celle décrite par Annie Fouquet en 2005, elle demeure moitié moins que leurs homologues hommes.

³¹⁶ Nous l'avons évoqué précédemment dans ce chapitre.

aux femmes se voulaient bien moins élevés que ceux communément appliqués sur le marché de la forme. Si on ajoute à cela qu'elles privilégient les petites entreprises avec peu ou aucun salarié (Fouquet, 2005), tout concorde à ce que les femmes s'engagent davantage que les hommes dans la gestion d'une salle de remise en forme réservée aux femmes³¹⁷.

A travers ce recensement, on constate donc que les hommes dirigeants sont représentés dans une moindre mesure comparativement aux dirigeantes, mais qu'ils demeurent bel et bien présents dans des espaces qui leur sont *a priori* interdits et ce, dans une proportion non négligeable³¹⁸. Un constat qui n'aurait pas matière à être questionné selon Luc (51 ans, gérant) qui définit « *le concept de Curves, [comme étant] un concept sportif (...) adapté pour les femmes mais les coaches ou les commerciaux peuvent être autant des hommes que des femmes* ». Pourtant, cette conception de l'entre-femmes est loin de faire l'unanimité en témoigne cet autre extrait d'entretien : « *c'est un club de femmes et elles sont là parce que c'est un club de femmes et qu'elles sont entourées de femmes* » (Mégane et Mélanie, 32 et 28 ans, gérantes et encadrantes). Deux visions diamétralement opposées qui ne peuvent s'expliquer par le poids institutionnel dans le sens où ces gérant.e.s appartiennent au même réseau franchisé et donc soumis à un cahier des charges identique. D'autres pistes explicatives ont donc dû être explorées.

4.1. Des femmes rien que des femmes

Il est des professions qui demeurent connotées comme relevant préférentiellement de l'un ou l'autre sexe³¹⁹ (Kergoat, 2014 ; Meron, 2005 ; Pfefferkorn, 2008 ; Pruvost, 2010 ; Vouillot, 2014, etc.), et cela ne fait pas exception dans le domaine des services. Dès que le corps et l'entretien de l'apparence physique sont mis en jeu, on observe cependant une majorité de femmes. On peut citer à ce titre les coiffeur.se.s et esthéticien.ne.s où elles sont représentées à plus de 87% (INSEE / DARES, 2013). Cependant, parmi les métiers liés à l'encadrement des pratiques de remise en forme, cette dichotomie sexuée ne semble pas de mise. Selon un rapport de la Direction Régionale de la Jeunesse, des Sports et de la Cohésion Sociale (DRJSCS) d'Ile-de-France de 2017³²⁰ ; portant sur les diplômés du BPJEPS spécialité Activités Gymniques de

³¹⁷ Au regard de la littérature existante et des études menées sur le marché de la forme nous ne sommes pas en mesure de déterminer la proportion de gérants et de gérantes parmi les entrepreneur.se.s du secteur.

³¹⁸ Il convient de préciser qu'au sein des établissements enquêtés, la présence des gérant.e.s est fréquente, y compris quand il s'agit d'hommes.

³¹⁹ De nombreux travaux font état de ce constat et ne peuvent être tous cités, d'autant que cette question a été évoquée au cours du Chapitre 1.

³²⁰ Il est disponible à l'adresse suivante : <http://ile-de-france.drjscs.gouv.fr/sites/ile-de->

la forme et de la force (AGFF) qui regroupe deux mentions que sont la mention C dédiée aux cours collectifs et la mention D ayant trait à l'haltérophilie et la musculation ; cette qualification peut être considérée comme mixte. Avec près de 40% de diplômées³²¹, on comprend que ce n'est ni un métier pensé « au féminin » ni « au masculin ». A l'aune de ce constat, on peut s'interroger sur le choix d'exclure les professionnels hommes de certaines salles de remise en forme réservées aux femmes. Selon les gérant.e.s interviewé.e.s, nombre d'arguments justifieraient pourtant l'exclusion des encadrants.

Le premier relève tout d'abord du positionnement de ces établissements, qui affichent volontairement auprès de leur clientèle le caractère démixé de leur espace de pratique. Il irait donc de soi que ce lieu soit l'apanage des femmes et seulement des femmes, une idée qui revient dans le discours de plusieurs de nos enquêté.e.s : « *elles [les adhérentes] sont ici parce c'est un club de femmes (...). Il n'y a même pas à réfléchir. C'est un club de femmes, il fallait que ce soit une femme* » pour encadrer la pratique (Mégane et Mélanie, 32 et 28 ans, gérantes et encadrantes) ; « *les femmes qui viennent dans une salle réservée aux femmes, qu'est-ce qu'elles viennent chercher ? Pas la présence d'un homme justement* » (Sylvain, 46 ans, gérant) ; « *un homme, ça peut freiner. Donc, en fait, par souci de facilité, c'est plus facile d'avoir une fille (...). Il faut remettre dans le contexte, sur le slogan Curves on dit « que pour les femmes » donc ça surprend de dire y a des hommes* » (Dominique, 58 ans, gérante). Même si le cadre professionnel diffère, les discours tenus par certains médecins hommes au cours de l'étude menée par Béatrice Jacques (2012, 113), à propos des cours de préparation à la naissance, sont saisissant de similarité. L'auteure a en effet montré dans quelle mesure ce lieu était perçu par ces derniers comme relevant spécifiquement « du féminin », les amenant à s'en exclure volontairement au profit de sage-femme femmes afin de laisser les parturientes entre elles, libres de raconter « *leurs trucs de femmes* », pour reprendre la formule consacrée par l'un de ses enquêtés. S'agissant de notre étude, ce ne sont pas seulement les hommes qui tendent à s'exclure de ces espaces de remise en forme démixés, cela résulte également d'une éviction volontaire de la part de certaines dirigeantes considérant que l'entre-femmes faciliterait la prise de parole.

france.drjcs.gouv.fr/IMG/pdf/rapportfinal_etude_emploi_bpjeps_agff.pdf, consulté le 15 février 2020 à 12h20.

³²¹ L'étude s'appuie sur 2 152 diplômé.e.s, ayant tous obtenus leur qualification entre 2007 et 2015 dans la région Ile-de-France. Parmi eux, 39% sont des femmes, 61% des hommes. S'agissant cette fois des diplômes universitaires proposés par les STAPS, force est de constater que les garçons demeurent majoritaires au sein des cinq filières que sont Activité Physique Adaptée-Santé, Entraînement Sportif, Education et Motricité, Management du sport et Ergonomie. Certaines d'entre elles préparent des professionnel.le.s du corps et de la forme mais aucune donnée, à ma connaissance, ne permet de mesurer la proportion d'étudiant.e.s formé.e.s en STAPS s'insérant dans les professions relevant des métiers de la forme.

Ce deuxième argument est régulièrement usité par les responsables interrogé.e.s, surtout quand il s'agit d'aborder des sujets intimes, qu'ils soient d'ordre personnel et familial ou encore corporel : *« je trouve que un homme n'a pas, n'a pas, ne sait pas, pourrait jamais parler de choses de femmes [comme] avec une femme. (...) Elles nous disent des trucs très intimes quoi. Donc, je pense pas qu'elles le feraient avec un homme »* (Emeline et Jessy, 34 et 32 ans, gérantes et encadrantes) ; *« Elles nous disent 'je suis en ménopause', ou en pré-ménopause (...), 'J'ai eu des bouffées de chaleur cette nuit', je crois pas qu'elles le diraient à un homme. (...). C'est pour ça qu'un coach homme ici, je pense que ça gâcherait, c'est dur à dire mais ça gâcherait un peu le truc. [De plus,] on [les femmes et les hommes] est conçu différemment, on peut pas se comprendre (rires) »* (Emeline et Jessy, 34 et 32 ans, gérantes et encadrantes) ; *« les préoccupations masculines sont différentes des préoccupations féminines. Et quelquefois, on rentre vraiment dans l'intimité des personnes et je pense que elles se confient plus facilement à une femme »* (Dominique, 58 ans, gérante) ; *« c'est con mais on peut parler entre guillemets de voilà, de règles, de soucis, de la ménopause, des poils voilà. Un homme, je pense qu'une femme elle ne parlerait pas si... (...). Elles se changent la plupart, elles laissent les vestiaires ouverts. La porte des vestiaires reste ouverte continuellement. Y a vraiment cette liberté qui s'est installée »* (Pauline et Brigitte, 43 ans et 30 ans, gérantes et encadrantes). Tout porte à croire que cette « liberté », offerte à travers l'imposition de la non-mixité, pourrait se voir entraver si un homme venait à apparaître parmi les membres du personnel.

Pire, sa seule présence amènerait certaines de leurs clientes à modifier leur comportement, leur manière de se présenter aux autres et/ou de pratiquer, comme l'expliquent Pauline et Brigitte (43 ans et 30 ans, gérantes et encadrantes) : *« si on mettait un homme ici, le comportement de certaines femmes va compléter changer (...). Toutes les femmes sont complexées, y a pas une femme qui a pas un complexe. Mais dans des salles de trente minutes, elles l'oublient. Elles l'oublient totalement. Et le fait d'avoir un regard masculin... C'est un homme, ça reste avant tout un homme et avant de voir le professionnel. Nous malheureusement, il aurait fallu qu'on ait un petit jeune et compagnie, et qui aurait pas eu justement cet, cet aplomb vis-à-vis des femmes »* ou Emeline et Jessy (34 et 32 ans, gérantes et encadrantes) : *« vous allez dans une salle que pour femmes, vous vous en fichez de comment vous êtes habillées, tee-shirt large. Tout de suite, vous mettez un homme 'ah non, je suis pas bien habillée, faut que je fasse attention'. J'ai déjà eu des discussions avec des coaches hommes pendant qu'on fait les formations Curves, ils nous le disent, elles sont pas habillées pareil quand c'est moi, 'Ah, je suis mal coiffée', 'oh, je suis pas maquillée, j'ai une sale gueule je viens de me réveiller' ». Finalement, nos analyses mettent au jour les craintes éprouvées par ces gérantes quant à l'intégration d'un*

homme dans cet entre-femmes, non pas en tant que pratiquant mais comme professionnel du secteur de la forme, persuadées qu'un tel choix de recrutement n'aïlle à l'encontre de toutes les dispositions prises pour neutraliser les regards, les jugements portés sur l'apparence physique ainsi que les rapports de séduction hétérosexuels subis par nombre de femmes au sein de leurs homologues mixtes (Haissat et Travaillot, 2012) : « *tout de suite, les rapports de séduction avec un homme, non. Des regards, il suffit qu'il y ait, il suffit qu'il y ait une attirance physique, même ne serait-ce que physique avec une petite jeune, moi je veux pas rentrer dans ça. Ici, elles viennent faire leur sport point barre. (...) Venant d'elles et venant de lui, je veux pas qu'ils commencent à me faire chier avec des amours, c'est bon, je suis plus à l'école maternelle. (Rires) [ou] qu'elles vont juste voir [que] c'est un beau garçon* » au lieu de voir en lui un professionnel (Emeline et Jessy ; 34 et 32 ans, gérantes et encadrantes). On comprend dès lors qu'il ne s'agit plus d'agir sur les relations entre les clientes mais également sur celles qu'entretiennent les adhérentes avec les membres du personnel. Que ce constat relève de la croyance ou de l'expérience, il n'en demeure pas moins que, dans le domaine des relations de services, le corps des travailleuse.r.s est également perçu dans sa dimension sexuelle (Soares, 2002). Dans le cadre des centres de remise en forme, où les professionnel.le.s et plus particulièrement les encadrant.e.s sont censé.e.s détenir un corps marqué par la pratique sportive, la dimension sexuelle peut donc être exacerbée. En bannissant la présence des hommes au sein de leurs espaces de pratique, ces dirigeantes entendent se prémunir de tout désagrément de cet ordre et satisfaire ainsi les attentes de leurs abonnées comme Julie (23 ans, assistante maternelle dans une crèche) « *je pense que si ça aurait été un coach homme, on se serait pas forcément inscrite, je pense. C'était vraiment quand même un, un des critères qui, qui a, qui m'a aidée à me décider de m'inscrire* ».

Autant d'éléments qui ont présidé à biaiser le processus de sélection des candidat.e.s au poste d'encadrant dans différents établissements. Si l'annonce d'offre d'emploi indique « *recherche coach* », le singulier neutre cache dans les faits une discrimination selon le sexe volontaire. Dit autrement par Hassen (23 ans, gérant) « *c'est discrimination à l'embauche en fait si tu prends que des femmes. Du coup dans les annonces tu es obligé de mettre homme/femme enfin nous c'est pas précisé, on met recherche coach. [Mais dans les faits, il recherche une] coach femme [car] c'est important* ». Et ce point fait d'ailleurs l'objet de recommandations de la part de différentes franchises, à l'image de *Curves* - « *on est toujours en contact avec le franchiseur et moi j'ai posé la question (...) en disant on est dans le recrutement, est-ce que je peux recruter un homme ? Ils m'ont dit 'oui tu peux recruter un homme, c'est pas interdit. [Mais] voilà, il*

savait déjà que si on en a un dès le départ, tout se passe bien. Par contre, si on le met pas dès le départ c'est très difficile d'en intégrer un » (Pauline et Brigitte, 43 ans et 30 ans, gérantes et encadrantes) - ou du réseau *Lady Moving* ; qui laisse moins de latitude aux responsables en précisant dans ses documents internes « pour des raisons évidentes de cohérence avec le concept *Lady Moving*, la personne à recruter pour le poste de commercial doit être une femme, à laquelle les clientes peuvent aisément s'identifier », suivant cette même idée, « l'équipe de coaches ne devra pas comporter plus d'éléments masculins que féminins ». Il n'est donc pas surprenant de constater une minorité d'hommes (21) parmi les femmes (49), comme le montre le Tableau 24 présenté ci-après.

Tableau 24

Recensement des encadrant.e.s selon le sexe³²²

N°	Nom de l'établissement	Sexe gérant.e.s	Présence d'encadrant	Nombre d'encadrants	Présence d'encadrante	Nombre d'encadrantes
1	Bodyfit Club 1	Femme	Oui	2	Oui	2
2	Bodyfit Club 2	Homme	Oui	1	Oui	2
3	Curves 1	Femme	Non	0	Oui	2
4	Curves 2	Femme	Non	0	Oui	2
5	Curves 3	Femme	Oui	1	Oui	2
6	Curves 4	Femme	Non	0	Oui	4
7	Curves 5	Femme	Non	0	Oui	2
8	Curves 6	Femme	Oui	1	Oui	2
9	Curves 7	Femme	Oui	1	Oui	1
10	Curves 8	Homme	NR	NR	NR	NR
11	Curves 9	Femme	Non	0	Oui	1
12	Curves 10	Femme	Oui	1	Oui	2
13	Curves 11	Femme	Non	0	Oui	1
14	Curves 12	Femme	Oui	1	Oui	1
15	Curves 13	Homme	Oui	1	Oui	2
16	Curves 14	Les deux sexes	Oui	1	Oui	2
17	Curves 15	Homme	Oui	1	Oui	2
18	Curves 16	Homme	Non	0	Oui	2
19	Curves 17	Les deux sexes	Oui	1	Non	0
20	Curves 18	Homme	Non	0	Oui	2
21	Elles fitness	Homme	NR	NR	NR	NR
22	Femmes en forme 1	Femme	NR	NR	NR	NR
23	Femmes en forme 2	Femme	Oui	2	Oui	2
24	Femmes en forme 3	Homme	NR	NR	NR	NR
25	Fit&Zen 1	Femme	Oui	2	Oui	2
26	Fit&Zen 2	Femme	Oui	1	Oui	2
27	Fitness Pass	Homme	Non	0	Non	0
28	Fitness Sun	Homme	Non	0	Oui	1
29	Form'elles	Homme	Non	0	Non	0
30	Lady Fitness	Homme	Oui	1	Non	0
31	Lady Fitness	Femme	NR	NR	NR	NR
32	Lady Minceur	Homme	NR	NR	NR	NR
33	Lady Moving 1	Femme	NR	NR	NR	NR
34	Lady Moving 2	Femme	Non	0	Oui	2
35	Lady Moving 3	Homme	NR	NR	NR	NR
36	Lady Moving 4	Femme	Oui	1	Oui	2

³²² Dans ce tableau, nous avons exclu les gérant.e.s de la catégorie des encadrant.e.s même s'il.elle.s exercent les deux activités de manière concomitante.

37	Lady Form fitness	Homme	Oui	1	Oui	2
38	Lady Trainer	Homme	Oui	1	Oui	1
39	Studio Fitness	Femme	Non	0	Non	0
40	M&C Fitness	Femme	Non	0	Non	0
41	Tahiti Gym	Les deux sexes	Non	0	Oui	1
Total				21		49

A cette infériorité numérique des hommes s'ajoute une limitation de leur temps de présence au sein des entre-femmes. En effet, si le recours à des temps partiels est fréquent dans ces établissements, ils sont le plus souvent à destination des encadrants. Dans les dix-huit structures où les professionnels sont représentés, les deux tiers (12/18) leurs proposent des contrats réduits comparés à ceux des encadrantes. Une spécificité associée à l'imposition de la non-mixité sur ce segment de marché qui ne reflète en rien la tendance nationale dans le monde du travail qui compte parmi ses petits contrats, une majorité de femmes (Insee³²³, 2018). Quantitativement donc, les encadrantes supplantent de loin les encadrants, ces données ne peuvent cependant pas falsifier et encore moins généraliser la vision de l'entre-femmes véhiculée par les responsables citées ci-dessus, qui consiste à en faire un espace géré par et pour les femmes. Si exclusion de l'un ou l'autre sexe il y a, elle est certes le plus souvent le fait des femmes mais dans les faits, elle demeure peu répandue parmi les salles enquêtées. Nos analyses ont en effet permis de montrer que la mixité au regard du sexe prévalait (21 centres sur 41) sur la seule représentation des femmes (9/41) ou celle des hommes (3/41)³²⁴, nous invitant désormais à déplacer la focale sur les établissements où clientes et professionnel.le.s femmes et hommes se côtoient.

4.2. Etre un homme parmi les femmes

Il en est certains pour qui ce n'est pas chose aisée d'être un homme parmi les femmes. Peur de se voir rejeter, sous prétexte qu'ils n'appartiennent pas au bon sexe - les clientes pouvant à l'image des parturientes observées par Béatrice Jacques (2012) refuser tout individu du sexe opposé - les professionnels de la forme usent de divers stratagèmes pour se faire accepter dans un monde qui n'est *a priori* pas le leur, tantôt en cherchant délibérément à invisibiliser leur présence, tantôt en assumant leur différence aux yeux de toutes³²⁵.

³²³ Les études menées par l'Insee montrent qu'en 2017, « la population à temps partiel est à plus de 79,4% féminine », ce qui représente sur cette même année parmi les salarié.e.s « 30,6% de femmes et 8% des hommes ».

³²⁴ Nous ne sommes pas en mesure de renseigner cette information pour huit établissements, ces derniers ayant fermé leurs portes. Il convient également de préciser que parmi les neuf établissements où seules les femmes y exercent une activité professionnelle, deux d'entre elles ne comportent aucun salarié. Ainsi les dirigeantes assurent également les fonctions d'encadrement. Le constat est identique pour deux des trois structures gérées par des hommes.

³²⁵ A l'image de ce qu'a pu montrer Alice Olivier (2015), en s'intéressant à la place des hommes au sein des écoles

4.2.1. *S'effacer pour être accepté, une nécessité ?*

Si, en tant que non pratiquants, les gérants et encadrants apparaissent libres de pénétrer ces lieux pensés « au féminin », être un homme demeure inhabituel, tout comme l'a montré Diane Desprat (2015) dans le domaine de la coiffure. En ce sens, ils craignent que leur présence suscite la gêne, l'inquiétude voire le rejet, amenant certains d'entre eux à dissimuler leur existence, s'interdisant même d'accéder à l'espace de pratique pendant les heures d'ouverture. C'est le cas d'Hassen (23 ans, gérant) : « *même moi qui travaille ici je ne peux pas [y] rentrer* », « [la franchise, ils m'ont dit] *il faudrait peut-être à terme vous cacher* (rires) ». Conforté par les responsables de l'enseigne dont il dépend, cet entrepreneur se voit contraint à l'effacement, à la discrétion la plus totale en raison de son sexe. Mais tous ne font pas preuve d'une telle radicalité, au contraire ils tentent de faire accepter leur présence ou celle de leurs salariés homme en redoublant d'adaptations, de précautions et de « *recommandations* », pour reprendre le terme employé par Luc (51 ans, gérant) et en demandant expressément à ces derniers de veiller à la manière dont ils interagissent avec les clientes que cela soit verbalement ou physiquement. Au cours de l'entretien, il revient sur les règles établies et imposées à ses propres encadrants : « *un coach homme a l'interdiction de toucher une adhérente, interdiction de quelle que façon que ce soit, même [si c'est pour corriger une posture, tel qu'] un coude mal placé* ». Lilian Pichot et Elodie Wipf (2011) ont déjà montré des pratiques analogues dans les centres de remise en forme mixtes. Afin de respecter l'intimité corporelle des clientes et/ou d'éviter les situations pouvant donner lieu à ambiguïté, les encadrants s'interdisent tout contact physique avec un individu du sexe opposé. Ils prennent également soin de maîtriser leur regard pour que celui-ci ne puisse être perçu comme insistant et plus encore quand il est orienté sur les parties considérées comme les plus sexualisées du corps des femmes. Autant de précautions qui ne sauraient s'appliquer aux encadrantes comme le précise Luc (51 ans, gérant) : « *les coaches femmes ont droit de faire des choses que les coaches hommes n'ont pas le droit de faire. La différence est dans essentiellement le comportement et donc dans les gestes et la parole* ». L'exemple du diagnostic corporel, sur lequel nous reviendrons plus longuement dans le cadre du Chapitre 5, l'illustre parfaitement « *Aurélie [une encadrante], quand elle prend les mesures, elle peut dire à une femme tiens écarte les jambes. Moi jamais. Donc, on dit 'est-ce que vous*

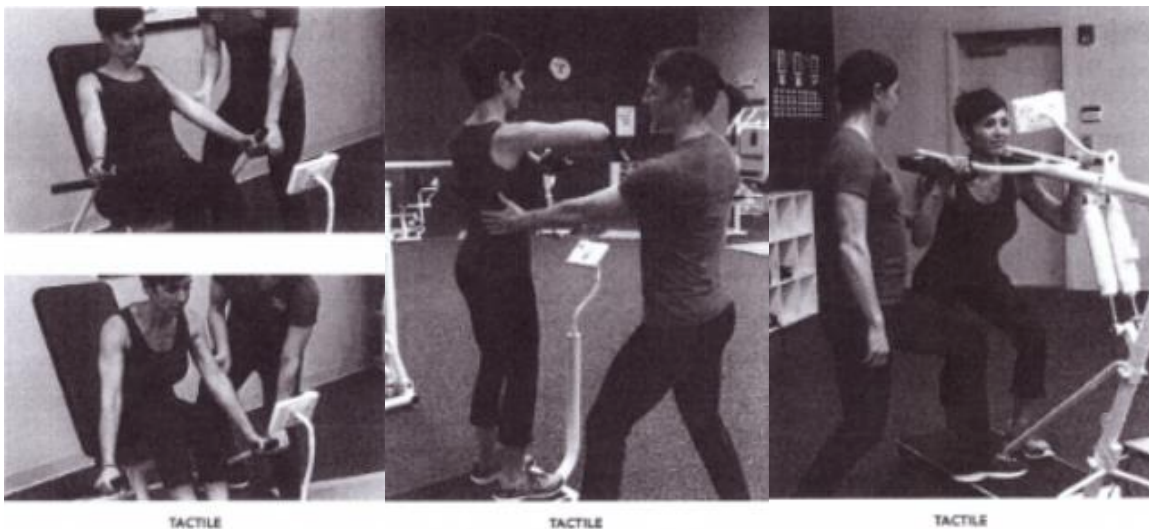
de sages-femmes. Si ces stratégies se retrouvent dans certaines formations ou dans le monde du travail, dès lors que des hommes investissent des filières/métiers dits de femme, il convient de rappeler que contrairement à ces espaces, l'encadrement des activités de remise en forme ne relève pas de l'un ou l'autre sexe. Cette profession se veut mixte. L'analogie est néanmoins possible en raison de l'éviction des professionnels au sein de différents établissements et de la non-mixité imposée à la clientèle.

pouvez écarter les pieds' (...). Aurélie elle met le centimètre sur la poitrine des femmes, nous [en tant qu'homme] on ne va jamais le faire. [En somme, on doit] les prendre exactement au même endroit mais pas de la même façon » (Luc, 51 ans, gérant).

Si ce responsable nous assure qu'une partie de ces injonctions émane de la marque *Curves*, quand l'autre repose sur une volonté personnelle, nous n'avons pu vérifier l'effectivité de cette distinction sexuée dans les documents internes auxquels nous avons eu accès. L'enseigne insiste, en effet, sur l'importance de « *respecter l'espace de l'adhérente* » et propose des « *aides tactiles*³²⁶ », pour reprendre la formule consacrée, sur la quasi-totalité de ces appareils mais sans jamais faire mention d'une interdiction quelconque au regard du sexe du gérant.e et/ou de l'encadrant.e, comme le montrent les photographies suivantes.

Photographies 24

Conseils prodigués par la franchise *Curves* aux encadrant.e.s



Sources : Images extraites des documents internes de la franchise.

Pour clarifier leurs directives, la franchise *Curves* accompagne ces illustrations d'une légende textuelle. S'agissant du premier appareil Abdos/dos, il convient de « *rappeler aux adhérentes de garder les bras rigides et de ne pas les plier ou les raidir, placez l'une de vos mains sur la poignée (sans appuyer) et l'autre sous le coude de l'adhérente pour le maintenir bien rigide pendant les montées et les descentes* ». Pour le deuxième, nommé *Dip shrug*, il est conseillé aux encadrant.e.s de se tenir « *à côté de l'adhérente et [de]place[r] votre main sur le bas de son dos. Ceci l'aidera à penser à adopter une bonne posture et à éviter de se balancer* », quant au dernier dédié au squat, il convient de placer « *votre pied et votre genou devant ceux de*

³²⁶ D'autres propositions sont faites dans le cadre de ce qu'elle nomme l'« *aide visuelle* ».

l'adhérente. Son genou touchera le vôtre lorsqu'elle s'accroupira (...). Posez la paume de votre main sur le dos de l'adhérente pour lui rappeler de maintenir une bonne posture ». Aucun de ces exemples ne permet donc d'avaliser les propos de Luc (51 ans, gérant). Cependant, si nous ne pouvons exclure la possibilité d'une transmission orale lors des formations internes, d'autant que les supports papiers présentés ci-dessus mettent en scène des femmes et seulement des femmes, il semblerait que les consignes spécifiques encadrant les rapports femmes/hommes dans ce type de relations de services tiennent davantage de l'expérience et de la perception personnelles.

Malgré la distance physique autant que langagière opérée par ces travailleurs de la forme, il n'en demeure pas moins des hommes parmi les femmes, recréant ainsi dans un cadre de pratique théoriquement démixé de possibles entreprises de séduction mais cette fois entre les adhérentes et les membres du personnel. Des situations qui, rappelons-le, apparaissaient gênantes pour nombre de pratiquantes interrogées, les ayant conduites à réviser leur choix de structure pour s'adonner à leur entretien corporel. Afin que nulle ne puisse s'y méprendre sur leurs intentions, les gérants et/ou encadrants n'hésitent pas à mettre en avant certains détails de leur vie conjugale. A maintes reprises au cours de nos observations, nous avons pu le constater. Pour Ryan (33 ans), par exemple, cogérant d'un établissement *Curves*, son statut d'homme marié est visible et connu de toutes les clientes ; sa conjointe n'est autre que la cogérante. De son côté, David (26 ans, encadrant), livre régulièrement des anecdotes sur les préparatifs de son mariage, puis sur la grossesse de sa future épouse, photographies à l'appui. Quant à Luc (51 ans, gérant), il affiche volontairement son statut d'homme marié. Interrogé sur le choix d'exposer sa vie personnelle de la sorte, il explique vouloir éviter toutes « *équivoques et qu'ils ne puissent même pas avoir deux adhérentes par exemple qui se disent 'je me demande s'il est en couple'* ». En rendant audible mais aussi visible l'existence de sa compagne - il convient de préciser qu'il lui demande souvent de lui rendre visite sur son lieu de travail et que cette dernière est « connue » de la quasi-totalité des pratiquantes - il espère convaincre sa clientèle qu'il « *ne cherche pas à séduire, [ou] à être agréable pour les adhérentes en tant qu'homme* », l'autorisant dès lors à les complimenter sur leurs apparences physiques : « *Guislainne, je lui ai déjà dit qu'elle avait des yeux magnifiques (...) mais je précise toujours 'ne dites pas à ma femme que je vous ai dit ça'* ». Cette situation matrimoniale leur permet, tout en exerçant une activité professionnelle « *entouré de femmes* », de ne laisser aucune place à d'éventuels malentendus. Nul doute qu'ils réalisent un lien entre le fait d'être des hommes mariés ou engagés dans une relation et celui d'être « inoffensifs » aux yeux des adhérentes, lorsqu'ils précisent « *même si j'étais célibataire,*

je dirais quand même que j'ai une copine » (Luc, 51 ans, gérant) ; « *c'est une « tactique » car même si t'as personne, ce qui était le cas pour moi au début, je disais que j'avais quelqu'un* » (Robin, 23 ans, encadrant). Mais le sont-ils réellement ? Tout porte à croire que oui puisqu'aucune adhérente, aucun.e salarié.e, gérant.e interrogé.e et/ou observé.e n'a permis de mettre au jour d'éventuels jeux de séduction, une quelconque relation suivie ou non au sein des établissements enquêtés. Exception faite de Robin (23 ans, encadrant), resté muet à ce sujet au cours de l'entretien, qui a rencontré sa compagne (une cliente) sur son lieu de travail trois ans plus tôt. Pour autant, loin de nous l'idée d'imputer la responsabilité à cet encadrant car les entreprises de dragage ne sont pas l'apanage des hommes, les adhérentes s'y adonnent volontiers au sein de ces entre-femmes.

4.2.2. *Cultiver sa différence : un atout pour exister et perdurer parmi les adhérentes ?*

Il faut dire que dans le domaine de la production de service, « *la dimension sexuelle associée à l'utilisation des corps* » des professionnel.le.s est latente (Soares, 2002, 232). Si la normalisation corporelle des travailleur.se.s n'est pas instillée par le port obligatoire de l'uniforme, elle s'exprime par et sur les corps. En effet, dans un secteur d'activité comme celui de la remise en forme, il convient d'avoir « *le physique de l'emploi* » (Hidri-Neys, 2011, 117), c'est-à-dire marqué par la pratique d'une ou plusieurs disciplines sportives. Il en va de la crédibilité des encadrant.e.s. Comment il pourrait en être autrement dès lors que les professionnel.le.s accompagnent les client.e.s dans leur activité d'entretien et/ou dans leur entreprise de transformation corporelle afin qu'il.elle.s puissent se conformer aux injonctions normalisatrices, tant esthétiques que sanitaires, qui pèsent sur tout à chacun ?

Si parmi les sept encadrants interrogés au cours de notre étude, six présentent une musculature apparente, donnant ainsi à voir un corps répondant aux codes du milieu, ce n'est le cas que de deux encadrantes sur quatorze. Une différence significative qui, selon nos analyses, résulte de l'imposition de la non-mixité au sein des espaces de pratique, faisant dès lors de l'appartenance de sexe des membres du personnel un élément décisif. Là encore, être une femme ou un homme parmi les femmes n'est pas sans effet et ne revêt pas le même sens, bousculant même les attendus genrés en matière de présentation de soi. Car s'il n'est plus à démontrer que les normes de féminité et de masculinité diffèrent (Neyrand, 2014 ; Pagès, 2001 ; Vigarello, 2004 ; etc.), les premières étant de surcroît plus restrictives et plus contraignantes que les secondes, au sein des centres de remise en forme unisexes elles semblent s'amenuiser considérablement pour les encadrantes au profit d'autres prescriptions institutionnelles comme le montrent les

photographies ci-après.

Photographies 25

Quand le corps des encadrantes est dissimulé



Sources : La première photographie est issue d'un document interne de la franchise *Curves*, quand la seconde a été prise par Hidri Neys, O. au sein d'un établissement *Lady Moving*.

Dans ses documents internes, la franchise *Curves* enjoint ses encadrant.e.s d'adopter une tenue vestimentaire « appropriée³²⁷ », n'opérant aucune distinction selon le sexe de ce dernier. Mais comme pour les « aides tactiles » décrites ci-avant, seules des femmes sont représentées dans ce rôle. Et force est de constater que le modèle proposé ne laisse entrevoir que de rares surfaces de peau et de rares formes renvoyant à leur identité de sexe. Un choix qui peut s'avérer surprenant au regard des pratiques habituellement usitées dans le secteur des services, et plus spécifiquement dans ceux ayant trait au travail de l'apparence physique. Celui des cosmétiques étudiés par Pei-Chia Lan (2001), par exemple, érige le corps des travailleuses en outil marketing afin qu'il reflète et atteste de l'efficacité des produits dont elles vantent les mérites. Une manière de faire qui a son pendant au sein des centres de remise en forme mixtes, comme le montre l'analyse des supports communicationnels (cf. Chapitre 3), mais qui ne saurait se vérifier dans le cadre des établissements réservés aux femmes. Au contraire, en gommant voire neutralisant les caractéristiques répondant aux normes de beauté et de féminité, tout porte à croire que les seconds tentent de faire disparaître le corps de leurs encadrantes. Une piste explicative pourrait être avancée en ce sens, celle de la clientèle qui se veut plus diversifiée au regard de l'âge ou encore de la morphologie. Pour cette raison, il convient de ne pas la complexer ou la « décourager » par le biais de salariées pouvant être perçues tel des canons de beauté : « tu vas

³²⁷ Par cette mention, elle entend un tee-shirt portant la marque de l'enseigne, des chaussures de sport ainsi qu'un badge nominatif. De plus, il convient d'ajouter que parmi les vêtements estampillés *Curves*, seuls des articles amples ont pu être observés sur les encadrant.e.s.

prendre une prof de sport, de fitness, une nana super bien foutue nian nian elle va aller contre une nana de 97 kilos tu vas regarder les deux tu vas dire putain y a un monde différent. [Elle] va se dire 'Oh putain comment je vais faire ?', elle va être complètement découragée. En étant un mec, tu te sens un peu plus sécurisé et y a aucune rivalité parce que morphologiquement c'est pas pareil du tout » (Romain, 22 ans, encadrant). A travers ces propos, on comprend qu'avoir « le physique de l'emploi » dans ces entre-femmes n'est en rien un atout pour les professionnelles.

Selon nos analyses quantitatives comme qualitatives, leurs homologues hommes bénéficient d'un tout autre traitement et ne sont d'ailleurs contraints à aucune consigne en matière d'habillement. Mieux, ils joueraient des attributs physiques dont ils disposent comme l'explique cette gérante et encadrante : « *j'ai des petites jeunes [qui n'] étaient par contre le fait qu'il était mignon et tout après nous on en joue, lui en joue aussi* ». Elle poursuit en donnant une situation qui s'est récemment produite au sein de son établissement : « *on avait fait des gages à Halloween (...) et y en avait un c'était 'demandez à Gaëtan qu'il fasse une danse sexy'. Tu vois, t'en joues. Gaëtan l'a fait, on l'a filmé et (...) là du coup t'as les adhérentes, qui sont contentes* » (Sonia, 35 ans). Un exemple qui vient conforter les conclusions d'Angelo Soares (2002, 245), qui montrent combien « *le corps et la sexualité de la travailleuse et du travailleur (...) sont une partie constitutive de la production du service* », en l'occurrence ici sportif. Si Sonia, citée précédemment, n'hésite pas à mettre en scène et à sexualiser son seul encadrant homme, elle réfute néanmoins toute entreprise de drague à l'encontre de ce dernier. Pourtant, les observations menées, au sein de différents établissements employant des hommes, ont mis au jour une autre réalité, celle d'adhérentes adoptant des attitudes ou des propos signifiant leur attirance pour un encadrant. Lors des entretiens, plusieurs professionnel.le.s abondent en ce sens comme Robin (23 ans, encadrant) : « *ça drague légèrement de temps en temps, ça charrie sur toi. Après, si elles [les adhérentes] voient qu'il y a une brèche, ça fonce dedans, s'il n'y en a pas... bah point* » ; Marie (25 ans, gérante), en parlant de David (26 ans) l'un de ses encadrants, raconte : « *elles se mettent derrière lui pour mater ses fesses, c'est quelque chose. (...) Hier j'en ai une qui a attendu 15 minutes pour, pour regarder David* » qui animait un cours de Zumba, ou encore Renaud (24 ans, encadrant) qui explique que son arrivée dans la structure a été facilitée par son appartenance de sexe : « *j'avais pas la même place parce que forcément comme c'est un homme, bah les femmes elles sont plus, plus séductrices entre guillemets* » surtout « *la tranche trente-cinq-quarante [ans]* ». Au regard du nombre d'adhérentes déplorant ce type d'agissements dès lors qu'ils leur sont destinés en situation de mixité, les comportements de certaines pratiquantes, rapportés et/ou observés, sont loin d'être

anodins. Selon nos analyses, ils seraient la résultante de leur surreprésentation, un effet de nombre qui les placerait dans une position dominante au sein de ces entre-femmes, « renversant » ainsi l'ordre de genre établi traditionnellement. Si elles existent, ces situations ne doivent pas pour autant être banalisées car dans les faits elles demeurent circonscrites à quelques initiatives personnelles ou quelques groupes. Car, si l'apparence physique des encadrants suscite l'intérêt de certaines abonnées, d'autres apparaissent quant à elles inquiètes de cette apparition inattendue comme l'expliquent ces deux enquêtées : « *ça m'a surprise au début, quand je suis arrivée, enfin quand je me suis inscrite. (...) J'avais pas forcément envie que ce soit un mec [qui réalise la prise en charge individualisée]* » (Stéphanie, 45 ans, psychologue), « *y a un coach homme et hum, au début je voulais pas faire de cours avec lui parce que je me suis dit que j'allais me sentir mal à l'aise* » (Samia, 33 ans, femme au foyer). Mais passé l'effet de surprise, toutes les pratiquantes ou presque³²⁸ se satisfont de la présence d'un ou plusieurs hommes parmi les femmes, comme le montrent ces différents extraits d'entretien (cf. Encadré 17).

Encadré 17

Extraits d'entretiens avec les clientes des salles interdites aux hommes

- Laure (21 ans, étudiante) : « *ils critiquent pas les femmes, enfin ils font vraiment en sorte de nous aider et tout, ils ont, ils portent pas de jugement, du coup ça fait comme si c'était une femme en fait* »,
- Solène (42 ans, assistante maternelle) : « *moi, personnellement, ça m'a pas gênée du tout, bien au contraire (...). Moi, je trouve que c'est bien* »,
- Annie (52 ans, agent d'entretien) : « *je trouve que c'est intéressant aussi d'avoir des coaches masculins (...). Franchement moi j'ai adhéré quoi, j'ai adhéré aux garçons* »,
- Lucia (52 ans, architecte libérale) : « *c'est bien aussi [d'avoir des hommes parmi les encadrantes]* ».

Cette satisfaction ou acceptation n'est pas ici le fait de l'éventuel attrait physique des encadrants, comme cela a pu être avancé précédemment, mais bien le corollaire des compétences professionnelles et des qualités de « savoir-être³²⁹ » de ces derniers. Selon nos enquêtées, les hommes auraient « *un œil différent (...), il voit pas pareil qu'une femme je pense*

³²⁸ A l'exception de Samia (33 ans, femme au foyer) qui se dit devoir composer avec cette présence sans pour autant l'apprécier.

³²⁹ Pour reprendre l'expression employée par plusieurs gérant.e.s interrogé.e.s.

au niveau du coaching. Il force peut-être un petit peu plus³³⁰ ». (Solène, 42 ans, assistante maternelle). En plus de ce constat, Annie (52 ans, agent d'entretien) fait état d'une autre spécificité qui serait, selon elle, directement liée au sexe du professionnel : « *ils ont pas le même regard, non, t'as pas forcément les mêmes discussions, heu, non plus avec des garçons. (...) On va pas parler de nos règles, on va pas parler de notre ménopause. C'est, ouais les sujets sont différents, (...) bah ça parle de bagnoles, ça parle de gonzesses* », etc. Des différences d'autant mieux acceptées qu'ils s'avèrent être « *sympathiques* » (Lucia, 52 ans, architecte libérale), « *super gentils* » et qu'« *ils se sont adaptés au public femme* » (Annie, 52 ans, agent d'entretien). A l'image de ce qui a déjà été montré par Diane Desprat (2015) dans les salons de coiffure, on comprend que la dimension relationnelle occupe une place de choix dans la relation de services, engageant le professionnel d'une part, dans une nécessaire et permanente agréabilité, disponibilité et d'autre part, dans une démarche d'ajustements constante en vue de s'adapter à chacune des clientes. Une mise en avant de ces qualités qui résulte tant de l'initiative des encadrants que de prescriptions émises par leur supérieur direct et/ou indirect, que sont les gérant.e.s et les franchiseurs. Selon nos analyses, les adhérentes y sont sensibles faisant de cette stratégie commerciale, une stratégie payante.

Cependant, il convient de revenir brièvement sur les éloges dont elles nous ont fait part, pour qualifier les hommes pénétrant au sein de ces entre-femmes, celles-ci restant empruntes des différences genrées supposées. Cela s'exprime tout d'abord à travers certains sujets de conversation qui, à l'image des menstruations ou encore de la ménopause, sont soigneusement évités comme si de telles discussions ne pouvaient être entreprises qu'avec des femmes, seules concernées par ces problématiques et de fait seules détentrices d'un « savoir » en la matière. On comprend dès lors que la présence d'un individu du sexe opposé peut troubler « *la reconstruction du gynécée* » (Jacques, 2012, 114) instillée initialement par l'imposition de la non-mixité. Ensuite, cela se vérifie à travers les qualités prêtées aux encadrants qui seraient le reflet de celles habituellement associées au genre féminin comme celles de l'écoute ou encore de la sensibilité, en témoignent les propos de cette adhérente interrogée, revenant sur l'un des professionnels qu'elle a côtoyé au sein de son lieu de pratique, : « *Gabriel, (...) il avait cette sensibilité, heu, limite féminine* » (Annie, 52 ans, agent d'entretien). Enfin, l'expression des différences genrées entretenues par ces clientes s'apprécie à travers l'encadrement même des activités de remise en forme ; les hommes se voudraient plus exigeants, pousseraient davantage

³³⁰ Pour autant, aucune pratiquante observée ou interviewée n'a suggéré l'idée selon laquelle, les encadrants seraient plus compétents que les encadrantes. Il convient de le préciser au regard de la littérature sociologique existante sur le monde du travail.

à la performance comparativement à leurs homologues femmes. Ainsi, on comprend que les hommes sont acceptés dans les entre-femmes car 1) ces derniers ne peuvent exprimer à travers leurs corps une quelconque rivalité avec les clientes ; 2) leur éventuel attrait physique est apprécié voire sexualisé et utilisé tel un objet, en faisant un atout supplémentaire en termes de fidélisation des pratiquantes ; 3) la différence d'encadrement constitue un autre moyen de satisfaire la pluralité des profils venant s'adonner à leur activité d'entretien corporel. Mais, il convient de conclure sur le fait que cette réapparition et acceptation de l'homme dans un espace qui *a priori* lui est interdit n'est rendue possible que par la présence concomitante de professionnelles.

Conclusion

A travers ce quatrième chapitre, nous avons montré que pour s'adonner à leur activité d'entretien corporel, les femmes privilégiaient les espaces fermés, les installations payantes (Louveau, 1998 ; Talleu, 2011). Les salles de remise en forme enquêtées l'ont bien compris et mettent tout en œuvre pour attirer et conserver cette clientèle, au moyen de stratégies marketing soigneusement orchestrées pour faire de leur proposition de services un produit répondant parfaitement aux caractéristiques du « *pratiquer féminin* » (Louveau, 1998, 49). En effet, l'analyse des dispositions spatiale, matérielle et humaine a permis de mettre au jour une réalisation des exercices physiques dans un espace fermé, annihilant tout regard extérieur ; une absence de performativité dans la finalité de pratique par la mise à disposition d'appareils n'exigeant pas de produire un effort comptabilisé ou chronométré ; ainsi qu'une organisation spatiale censée faciliter la création d'un lien social entre les pratiquantes, par le biais des surfaces restreintes ou encore de la disposition du matériel en cercle. Des spécificités auxquelles s'ajoutent d'autres pratiques distinctives ; comparativement à ce qui a déjà pu être observé par la communauté scientifique au sein des établissements mixtes (Meidani, 2003 ; Jarthon, 2012), ou éprouvé par les adhérentes³³¹ interrogées ; supposées cette fois, supprimer les contraintes normatives qui pèsent sur le corps des femmes. Cela se vérifie à travers le bannissement des miroirs, empêchant ainsi le regard sur soi et/ou sur - et par - autrui ; ou encore l'interdiction de tenues vestimentaires dévoilant les formes corporelles. En neutralisant toute tentative de « *théâtralisation de la pratique* » (Haissat et Travaillet, 2012, 35) et ainsi les situations de

³³¹ Nous faisons référence à celles qui ont déjà fréquenté un établissement de remise en forme mixte dans le cadre de leur pratique d'entretien corporel.

stigmatisation au regard des critères de beauté, considérée comme une valeur de premier plan permettant de hiérarchiser les femmes (Duflos-Priot, 1987), les représentant.e.s des salles de remise en forme unisexes entendent assurer le bien-être mental, social et physique de leurs clientes dans le cadre de leurs activités d'entretien corporel. Autant d'arguments, falsifiés par le biais de nos observations (non) participantes et entretiens avec les gérant.e.s, encadrant.e.s, leur permettant de légitimer leur existence. Mais cette originalité dans leur manière de faire et d'entreprendre sur le marché de la forme ne doit cependant pas masquer leur implication dans la perpétuation des stéréotypes de genre et dans la reproduction des rapports sociaux de sexe. Car, en procédant ainsi les centres de remise en forme réservés aux femmes participent tout d'abord au maintien d'« *un exercice féminin inscrit dans le 'dedans'* » (Remaury, 2000, 142 ; Bacou, 2014) et à la perpétuation, ensuite, d'une dichotomie des pratiques ainsi que des représentations corporelles entre les femmes et les hommes, cantonnant les premières à l'idée que l'on se fait de leur sportivité (Louveau, 1998). La suppression du matériel de musculation, des poids et autres charges libres dans la quasi-unanimité des établissements - au profit d'appareils à résistance hydraulique, qui se voudraient « *adaptés à la morphologie féminine*³³² » ainsi qu'à leurs attentes en matière d'apparence physique - n'en est que l'expression. Tout se passe comme si l'exercice physique n'était aujourd'hui encore envisagé par ces institutions et leurs pratiquantes que sous le prisme de l'esthétisation corporelle³³³ (cf. Chapitre 3).

En démixant leur espace de pratique, ces organisations sportives cultivent enfin une culture du secret, à l'image de celle entourant certains lieux de sociabilité pensés au masculin comme a pu le montrer Daniel Welzer-Lang (2010) dans le monde rugbystique à travers notamment « *le silence sur les pratiques entre hommes dans le sport, vestiaires et 3e mi-temps compris, les changements de conversation entre hommes lorsque survient une femme* ». En se donnant à voir de manière contrôlée et en restreignant leur accès aux seules femmes, ces entreprises du corps et de la forme espèrent recréer un espace de sociabilité pensé au féminin. Si en apparence, cela peut être analysé comme une manière de rétablir une forme d'égalité entre les sexes, ou s'apparenter à un levier d'émancipation ; « *la domination [étant] structurée par une opacité des pratiques sociales réelles des dominants* » (Welzer-Lang, 2010) ; les procédures mises en place dans ces structures volontairement ségréguées renvoient davantage à une reproduction des

³³² Pour reprendre la formule usitée par certaines franchises positionnées sur le segment du réservé aux femmes.

³³³ Bruno Remaury (2000, 139) rappelle, dans son ouvrage, qu'en tant que « *pratique traditionnellement considérée comme relevant plutôt du masculin, l'exercice et son corollaire de mouvement, d'effort et de transpiration semblent ainsi ne s'être appliqués que tardivement au féminin sous l'influence du modèle esthétique du corps* ». Depuis l'investissement massif des femmes dans les activités physiques et sportives, d'autres préoccupations ont vu le jour, faisant de cette singularité une préoccupation parmi d'autres.

« régimes de genre » (Connell, 1983) et donc à une forme de domination en défaveur des femmes. Car dans les faits, il s'agit bien d'exclure les hommes afin de préserver les adhérentes de toute forme de harcèlement, tel que défini par Maryse Jaspard (2005, 109). Pour l'auteure, la peur suscitée par ces violences d'ordre sexuel n'est que l'incarnation d'un rapport social fondé sur la notion de domination *versus* soumission, faisant de l'homme le dominant et de la femme la dominée. Et quand ce dernier réapparaît, pas en tant que pratiquant mais en tant que professionnel, il se doit de montrer pattes blanches et faire preuve de son inoffensivité. Pour ce faire, il use de tous les moyens mis à sa disposition quitte à recourir au mensonge. Pour autant, nos analyses ont mis au jour les changements opérés par nombre de pratiquantes ; que ce soit dans leur tenue vestimentaire, leur attitude à l'égard de ce dernier ou encore les sujets de discussions abordés ; induits par la seule présence d'un individu du sexe opposé. Preuve s'il en est qu'au sein de ces entre-femmes, la neutralisation de l'ordre genré demeure utopiste.

Cette nouvelle enquête *in situ* portant sur les institutions sportives, leur fonctionnement ainsi que leurs représentant.e.s s'est avérée nécessaire pour les situer parmi leurs concurrents mixtes, accéder à leur système de représentation et finalement entériner les premiers résultats obtenus lors de l'analyse des supports communicationnels. Il nous incombe désormais de nous focaliser sur ce qui constitue leur cœur de métier, l'aspect central de leur activité économique : le travail d'embellissement corporel de leurs abonnées - entendu comme « *l'ensemble des pratiques par lesquelles les individus agissent sur leur corps dans le but de le rendre conforme à un idéal local ou global d'excellence esthétique* » (Court, 2007, 98).

Chapitre 5 : Une injonction à la santé d'un nouveau genre

Introduction

Questionner le travail corporel ne peut être envisagé sans analyser les normes qui le régissent, car en tant que construit social (Détrez, 2002), le corps à travers ses pratiques et usages est soumis à nombre de prescriptions, de règles et de valeurs. Il est cependant admis que ces dernières ne sauraient être identiques selon le sexe. En ce sens, il semble important de rappeler, avec Colette Guillaumin (2016, 113), que « *le corps est l'indicateur premier du sexe* » et inévitablement de la distinction opérée entre les femmes et les hommes. Bien que les différences biologiques soient grandes entre les unes et les autres, elles ne peuvent cependant justifier celles admises entre les individus de sexe féminin et masculin, montrant que le corps est certes marqué par le sceau du sexe mais plus encore par celui du genre (Dorlin, 2003). Convoquer, ici la notion de genre n'est pas sans conséquences. En effet, elle implique de penser le corps sous l'égide des rapports de pouvoir, de domination, comme l'ont également fait avant nous, nombre de chercheurs.se.s tels que Bruno Remaury (2000) en s'attachant à étudier le « *beau sexe faible* », Michèle Pagès-Delon (1989, 50) en montrant dans quelle mesure le corps se veut être le « *lieu où se marque le plus directement et le plus intimement [cette] empreinte* » ou encore Ilana Löwy (2006) qui pointe les inégalités, en défaveur des femmes, en matière d'exigences corporelles, leur imposant un nécessaire objectif d'embellissement et les maintenant dans une posture subalterne.

Mais l'expression de ce rapport de pouvoir s'avère d'autant plus prégnant et contraignant qu'il ne se limite pas seulement au corps lui-même, perçu dans sa dimension singulière, il s'exerce dans une pluralité de domaines (cf. [Chapitre 4](#)) lui conférant une véritable valeur sociale (Vandebroeck, 2015). Le marché du travail regorge d'illustrations en ce sens. Pierre Bourdieu (1978 et 1979) a d'ailleurs montré combien la beauté pouvait s'avérer profitable pour les femmes qui la possèdent, imposant dès lors à celles qui en sont dénuées de se révéler au moyen de différentes techniques (régimes, pratiques vestimentaires, etc.). Et cela se vérifie peut-être davantage dans les métiers, où « *le corps est investi d'une fonction de représentation et d'attractivité* » (Hidri Neys, 2013, 80) comme peuvent l'être ceux d'hôtesse d'accueil ou de caissière par exemple. Cette valeur se retrouve également sur le marché matrimonial. François de Singly (1984) en étudiant les annonces dédiées aux rencontres, a en effet montré combien le corps revêtait un caractère important pour les femmes à tel point que sa description prédominait sur d'autres aspects, que sont la situation professionnelle, économique ou encore les

caractéristiques relationnelles. Ces deux exemples choisis parmi tant d'autres participent à l'exacerbation de l'intérêt porté au corps, au soin de soi, à la silhouette et amènent les femmes à s'investir toujours plus dans les pratiques d'entretien lui étant consacrées puisqu'elles demeurent à la hauteur de « *la prégnance de l'enjeu (déjà annoncé) que représente leur apparence dans l'ensemble de la vie sociale et des rapports sociaux* » (Pagès-Delon, 1989, 125).

En démixant l'activité physique en leur sein, les salles de remise en forme réservées aux femmes auraient pu prendre leur distance avec ce modèle établi, et pourtant il n'en est rien. Au contraire, elles s'appuient et reprennent à leur compte les injonctions normalisatrices qui pèsent sur la silhouette de leurs clientes, qu'elles soient d'ordre sanitaire et/ou esthétique, pour maintenir leur engagement dans les pratiques d'entretien corporel dont elles sont les promoteurs. Pour ce faire, elles s'approprient d'un côté, le discours du corps médical - qui fait de la santé un capital sans cesse optimisable, améliorable (Vigarello, 2013a) - et de l'autre, les construits sociaux - qui font de la minceur et de la fermeté, l'idéal de beauté à atteindre. Cet « *accent mis sur le triptyque santé/beauté/forme s'associe à un discours médiatique alarmiste, qui atteint son apogée au début du nouveau millénaire* » (Meidani, 2007, 55), suite à la caractérisation de l'obésité, par l'Organisation Mondiale de la Santé, comme mal du siècle. Depuis, un glissement semble s'être opéré entre les normes de santé et de beauté, érigeant conjointement la minceur comme canon universel (Basdevant, 2004), que tout à chacun pourrait arborer au moyen d'une discipline corporelle, d'une maîtrise de soi. D'autant qu'à l'heure où la première s'est transformée en une action individuelle³³⁴, synonyme de prise sur sa propre dignité (Meidani, 2007 ; Le Breton, 2010a), elle jette le discrédit sur toutes les personnes échouant dans cette entreprise. Pire, « *elle fait surgir de nouvelles culpabilités, dont on peut rappeler le principe : la transformation de l'erreur en faute, l'attribution et/ou l'intériorisation de la responsabilité de cette faute, et la désignation d'un coupable* » (Queval, 2008, 128) qui n'est autre que l'individu lui-même.

En poussant la porte d'un établissement de remise en forme réservé aux femmes, nos enquêtées ont semble-t-il intériorisé la responsabilité qui leur incombe, et s'approprient, comme d'autres avant elles, les activités de fitness à des fins de transformation corporelle (cf. Chapitre 4). En ce sens, il apparaissait pertinent d'analyser la manière dont les institutions opèrent pour accompagner leurs clientes dans cette démarche, en nous attachant tout d'abord aux « *techniques de soi* » - au sens où l'entend Michel Foucault (1994, 213) c'est-à-dire « *les*

³³⁴ Anastasia Meidani (2007) montre qu'il y a eu un glissement au cours de l'histoire, d'un nécessaire travail sur le corps des autres à un nécessaire travail sur soi.

procédures [...] qui sont proposées ou prescrites aux individus pour fixer leur identité, la maintenir ou la transformer en fonction d'un certain nombre de fins, et cela grâce à des rapports de maîtrise de soi sur soi ou[et] de connaissance de soi par soi » - mises en place par l'ensemble des structures unisexes dédiées à l'entretien corporel de la région des Hauts-de-France. Et ce, tout en questionnant les principales concernées, leurs adhérentes, pour comprendre la façon dont perçoivent et vivent cette « *épreuve* », pour reprendre le terme employé par Georges Vigarello (2012b, 193), dont elles adhèrent, contournent ou éventuellement résistent aux assignations esthétiques, sanitaires et de genre.

Les organisations appartenant au réseau *Curves* présentant un certain nombre de spécificités, comparativement à ses concurrents non-mixtes, nous avons ensuite choisi de nous focaliser uniquement sur cette franchise à travers ses représentant.e.s, ses pratiques quotidiennes, ses dispositifs comme ses clientes pour tenter de mettre au jour ce qui diffère au sein de ces structures.

1. Courber l'échine pour garder la ligne ...

1.1. Prendre la mesure de son corps

A peine le seuil de la porte franchi, la nouvelle cliente est immédiatement « *prise en charge* » par l'un des représentant.e.s de l'institution, qu'il.elle soit gérant.e, encadrant.e ou attaché.e commercial.e. Dans les faits, chaque femme souhaitant souscrire un abonnement au sein d'un établissement unisexe se doit de réaliser un entretien, pour « *mieux vous connaître* » au cours duquel il convient de livrer ses informations personnelles (âge, situation matrimoniale et professionnelle, etc.), ses antécédents médicaux ainsi que ses attentes en termes de résultats (*cf. Photographies 26*).

Photographies 26

Documents soumis aux nouvelles clientes

POUR MIEUX VOUS CONNAITRE

1. Comment avez-vous entendu parler de nous ?
.....

2. Quels seraient vos objectifs et vos motivations en participant à nos programmes d'exercices ?
 Mincir Tonifier et raffermir
 Réduire le stress Gagner en force
 Gagner en énergie Améliorer votre capacité cardio-vasculaire
 Avoir un soutien moral Acquérir de bonnes postures

3. Votre poids actuel vous convient-il ?
.....

4. Actuellement, pratiquez-vous une activité sportive ?
* Si oui, la ou lesquelles ? Course Marche fitness Vélo Natation
Autres.....

5. A votre connaissance, avez-vous un problème de santé pouvant nuire au suivi de notre programme ?
 Problème cardiaque Problème de dos
 Problème de genou Diabète
 Problème d'épaule Dérglement Thyroïde
 Autres.....

6. Évaluez votre état physique de 1 à 10 :
.....

7. Quel obstacle majeur pourrait vous empêcher de faire de l'exercice ?
.....

8. Combien de fois par semaine pensez-vous pouvoir venir ? 1 2 3 4+

9. Quels seraient vos créneaux horaires pour venir à la salle ?
.....

Nom : Prénom : date naissance :

Adresse : CP : Ville :

N° de tél. : e.mail : Situation familiale :

Profession : Entreprise :

Curves

Antécédents médicaux

Nom, Prénom :
Date de Naissance : Numéro de téléphone :
Adresse :
Code postal, Ville :
Personne à contacter en cas d'urgence : Numéro de téléphone :
Décrivez votre programme actuel de remise en forme.

Cochez les cases qui vous concernent, soit actuellement ou dans le passé.

<input type="checkbox"/> Diabète (Type 1 ou 2)	<input type="checkbox"/> Accident cérébrovasculaire
<input type="checkbox"/> Maladie cardio-vasculaire	<input type="checkbox"/> Arthrite
<input type="checkbox"/> Étourdissements	<input type="checkbox"/> Fibromyalgie
<input type="checkbox"/> Douleurs articulaires	<input type="checkbox"/> Arthroplastie par prothèse totale
<input type="checkbox"/> Médicaments d'ordonnance	<input type="checkbox"/> Douleurs au dos, ou toute blessure qui vous affecte encore
<input type="checkbox"/> Essoufflements	<input type="checkbox"/> Ostéoporse
<input type="checkbox"/> Hypertension artérielle	<input type="checkbox"/> Ménopause (pré, post)
<input type="checkbox"/> Cholestérol élevé	<input type="checkbox"/> Obésité
<input type="checkbox"/> Stress	<input type="checkbox"/> Difficulté à faire de l'exercice physique
<input type="checkbox"/> Blessure due au surmenage	<input type="checkbox"/> Avis d'un médecin de ne pas faire d'exercice
<input type="checkbox"/> Grossesse présentement ou dans les 3 derniers mois	<input type="checkbox"/> Antécédents de tabagisme, alcoolisme ou consommation de drogues
<input type="checkbox"/> Infirmité motrice cérébrale	<input type="checkbox"/> Tuberculose
<input type="checkbox"/> Angine (douleurs thoraciques traitées avec de la nitroglycérine)	<input type="checkbox"/> Hépatite B (sérum) ou C
<input type="checkbox"/> Angioplastie	<input type="checkbox"/> Polypes intestinaux
<input type="checkbox"/> Bronchopneumopathie chronique obstructive	<input type="checkbox"/> Ulcère
<input type="checkbox"/> Problème de glande thyroïde	<input type="checkbox"/> Autres problèmes digestifs
<input type="checkbox"/> Cancer	<input type="checkbox"/> Sang dans vos selles
<input type="checkbox"/> Asthme ou difficultés respiratoires dues à une bronchite ou à de l'emphysème	<input type="checkbox"/> Autres:

Quels médicaments prenez-vous régulièrement ?

Explications :

L'adhérente a le droit de refuser de répondre à tout ou partie de ce questionnaire. Celui-ci est seulement destiné à permettre à votre club Curves d'établir votre programme en prenant en compte vos antécédents. Ce questionnaire ne dispense pas de remettre un certificat médical. L'adhérente qui remplit ce questionnaire doit informer son club de tout changement. Ce questionnaire fait l'objet d'un traitement informatique/papier destiné à adapter votre programme de remise en forme en prenant en considération vos antécédents. Conformément à la loi « informatique et libertés » du 6 janvier 1978 modifiée en 2004, vous bénéficiez d'un droit d'accès et de rectification aux informations qui vous concernent, que vous pouvez exercer en vous adressant à [dénomination sociale du club concerné et adresse du siège social], franchisé indépendant membre du réseau CURVES. Vous pouvez également, pour des motifs légitimes, vous opposer au traitement des données vous concernant.

ANTÉCÉDENTS MÉDICAUX - FRANCE - 0614

Sources : Ces formulaires ont été recueillis au sein de deux établissements enquêtés.

Dans la plupart des établissements étudiés³³⁵, cette discussion engage ensuite la potentielle adhérente dans un diagnostic corporel. Nommé « bilan personnalisé », « bilan morphologique », « bilan de forme » ou encore, « bilan silhouette », il est réalisé dans le hall d'accueil, à la vue de tou.te.s³³⁶ - par l'un.e des membres du personnel dont l'adhérente ne sait pas toujours s'il.elle dispose des qualifications nécessaires pour le faire³³⁷. Il consiste en la prise de différentes mesures que sont le poids en kilogrammes, la taille ainsi que les tours de bras, poitrine, taille, hanches, cuisses en centimètres - dans certaines organisations le cou et le mollet viennent en complément des précédentes - auxquelles s'ajoute le calcul de l'indice de masse corporelle, comme nous l'avons déjà mentionné précédemment lors du récit d'enquête (cf.

³³⁵ Deux établissements accessibles uniquement en libre-service disposent d'un mode de fonctionnement différent et ne proposent pas les dispositifs présentés ci-après.

³³⁶ Au sein des salles unisexes, nul paravent, nul dispositif n'est prévu pour dissimuler l'adhérente lors de cette procédure. En ce sens, les pratiques se distinguent de celles observées par Muriel Darmon (2010) dans le cadre des groupes commerciaux d'amaigrissement. Mais comme elle, nous avons pu constater que la « confidentialité » des résultats n'était en rien garantie puisque d'autres adhérentes (en attente de leur tour) pouvaient entendre ou écouter les échanges entre le.a professionnel.le et la cliente en train d'être pesée, mesurée.

³³⁷ A l'inverse des encadrant.e.s, les gérant.e.s interviewé.e.s présentent des trajectoires scolaires très hétérogènes et ne disposent pas forcément de formation liée à l'encadrement de publics dans le cadre d'activités physiques et sportives.

Chapitre 2). Exception faite de l'IMC, qui n'était pas encore définie comme une classification telle qu'on peut la connaître aujourd'hui³³⁸, la prise de mensurations décrite ci-avant correspond en tout point à celle préconisée par le magazine *Votre Beauté* en octobre 1933 sur sa une. Georges Vigarello (2004, 202), en étudiant les critères faisant la beauté au cours de l'histoire, en a fait état chiffres à l'appui (cf. Encadré 18).

Encadré 18

Des mensurations idéales dans les années 30

Taille 1,68 m
Poids 60 kg
Tour de poitrine 88 cm
Tour de hanches 90 cm
Tour de taille 70 cm
Tour de bras 27 cm
Tour de cuisses 52 cm
Tour de cou 34 cm
Tour de mollet 34 cm

Interrogé.e.s sur la mise en place d'un tel dispositif de quantification, les professionnel.le.s de la forme insistent sur sa nécessité pour d'une part, constater d'éventuelles variations - « *on a un suivi. Son poids, son IMC, graisse, eau et musculaire* » (Romain, 22 ans, encadrant) - et d'autre part, envisager la réadaptation du programme d'entraînement délivré de manière individualisée³³⁹. Dit autrement par José (44 ans, gérant et encadrant), au cours d'un entretien, « *que ce soit sur la partie esthétique avec les mensurations ou sur la partie coaching, c'est comme ça qu'on pourra voir l'évolution des clientes* ». Les principales concernées en sont d'ailleurs convaincues : « *ça fait partie heu, voilà, de ce qui montre que le programme il est efficace* » (Stéphanie, 45 ans, psychologue). Leurs attentes en matière d'apparence physique, se traduisant quasi exclusivement par une volonté de perdre du poids³⁴⁰, facilitent l'acceptation de ce diagnostic ainsi que les procédures de contrôle mises en place par ces entreprises dédiées à l'entretien corporel. Si les contrôles ne sont pas opérés systématiquement, ils demeurent au bon vouloir des clientes dans la plupart des établissements enquêtés, la franchise *Curves* à

³³⁸ D'après Aude Brus et Gilles Boëtsch (2011), qui se sont intéressés à l'évolution des normes de corpulence selon les époques et les zones géographiques, l'Indice de Masse Corporelle a été conçu en 1835 par Adolphe Quételet afin de qualifier et de quantifier ce qu'était « *l'homme moyen* ». Il a néanmoins fallu attendre 1995 pour que l'Organisation Mondiale de la Santé se saisisse de cet outil de mesure, établisse une classification afin que son utilisation se développe massivement.

³³⁹ Rares sont les établissements à proposer des programmes de fitness/musculation personnalisés. Et quand ils existent, ils concernent que des structures indépendantes à l'image des clubs *Bodyfit Club* ou *Form'elles*.

³⁴⁰ Nous y reviendrons plus en détails.

travers ses représentant.e.s se distingue sur ce point et insiste sur l'importance de sa réalisation, nous aurons l'occasion d'y revenir plus loin dans ce chapitre. Car, comme le laisse présager les propos de José, cet examen sur fond de mesures est ensuite renouvelé régulièrement. Toutes les quatre à six semaines, selon les salles, les pratiquantes se prêtent au renouvellement des chiffres : « *tous les mois, j'allais me faire mesurer, je ratais pas* » (Carla, 27 ans, femme au foyer). Une manière de faire qui a son pendant au sein d'autres institutions où la transformation corporelle est de mise, à l'instar une fois encore, des groupes commerciaux d'amaigrissement étudiés par Muriel Darmon (2010) qui, chaque semaine durant, confrontent leurs adhérentes³⁴¹ au verdict de la balance.

Admise dans l'intimité des foyers français dès les années 1920, elle s'est depuis largement diffusée, devenant le moyen incontournable pour contrôler sa corpulence (Vigarello, 2010), supplantant même - comme l'a montré Faustine Régnier (2017) dans son étude comparative de la presse féminine française et américaine, portant sur les techniques d'hier et d'aujourd'hui en matière de contrôle de la silhouette - la prise de mensurations réalisée à l'aide du mètre ruban. L'utilisation de cet outil de quantification relève donc de l'ordinaire mais il ne saurait suffire au sein des salles de fitness unisexes, ces dernières préférant majoritairement l'associer aux autres mesures précédemment décrites. Et c'est sans doute l'origine de ces propositions de service qui en est la cause. En effet, inspirées ou créées selon les normes Etats-Uniennes, elles sont porteuses d'un héritage culturel où l'évaluation de la corpulence est pensée « *en inches*³⁴² [afin de] *permet[tre] un quadrillage bien plus précis du corps* » (Régnier, 2017, 143). Autrement dit, la réalisation des mensurations est privilégiée Outre-Atlantique. Une seconde piste explicative peut être avancée en ce sens, celle de l'influence du corps médical. Régulièrement mobilisé voire copié par les professionnel.le.s de la forme, il apporte une caution scientifique à cet examen chiffré. En faisant le parallèle avec le métier de gynécologue, Christian (45 ans, gérant) en fait la démonstration : « *nous on est comme le gynécologue, ça te gêne pas de te foutre à poil devant ton gynécologue, tu t'en fous* », il en serait donc de même dans le cadre des centres de remise en forme réservés aux femmes pratiquant ce type de diagnostic. Pourtant, l'argumentaire scientifique n'est pas celui qui prévaut dans le discours des clientes interrogées. Pour Carole (37 ans, aide-soignante), Carla (27 ans, femme au foyer) ou encore Stéphanie (45 ans, psychologue), toutes trois adhérentes au sein d'une structure unisexe,

³⁴¹ Si les hommes peuvent participer à ce type de programme, aucune interdiction ne les en empêche, ils demeurent marginaux selon l'auteure.

³⁴² Cette expression signifie littéralement en pouces, soit l'équivalent de nos centimètres dans le cadre de mesures corporelles.

le choix de recourir à ces deux méthodes de manière concomitante, est ailleurs : « *on s'obstine au poids et eux [les encadrant.e.s] viennent à dire que c'est pas le poids le plus important parce qu'on peut faire cent kilos de muscles et avoir un IMC complètement hors norme alors qu'on a que du muscle, et faire cent kilos de gras et là l'IMC... Donc, ils nous basent plus sur les mensurations* » ; « *les coaches, ils disent que c'est pas le poids qui compte, c'est la mensuration* », « *je sais bien (...) que la balance c'est pas le seul indicateur de perte (...) c'est aussi surtout perdre du volume* ».

En procédant ainsi, il s'agirait donc d'amener les clientes à relativiser les chiffres apparaissant sur la balance mais aussi et surtout à légitimer l'imposition de cette « *mise en chiffres de soi*³⁴³ » (Pharabod, Nikolski, Granjon, 2013, 97) renouvelée mensuellement. Et cela porte à conséquence puisque les pratiquantes interrogées se satisfont des résultats constatés par le biais de cette procédure : « *parce que c'est là qu'on voit la différence. J'en fais un tous les mois, ça fait un an et demi que je suis là et en fait je vois bien vraiment la masse. (...) Et en un an et demi c'est vrai, moi qui ne faisais pas de sport avant, je viens deux fois par semaine je fais que le circuit et ben j'ai une super masse musculaire, je veux dire pour une femme de mon âge en plus*³⁴⁴ ». Outre le gain de masse musculaire, ce sont également les centimètres perdus qui sont scrutés - comme l'expliquent Carla (27 ans, femme au foyer) ou encore Stéphanie (45 ans, psychologue) : « *en deux ans, j'ai perdu trente-cinq centimètres de tour de taille et de fessiers* », « *perte de centimètres assez conséquente quand même* ». En revanche, le discours véhiculé par les responsables et leurs salarié.e.s concernant le poids apparaît sans effet sur nos enquêtées, qui persistent à observer prioritairement les kilogrammes pour constater les éventuels changements sur leur corps.

1.2. Se délester du « superflu »

Et comment il pourrait en être autrement quand on sait qu'une majorité d'entre elles espère perdre du poids au moyen d'une activité physique régulière, en faisant même leur principal objectif à atteindre si on en croit les professionnel.le.s du secteur : « *quand elles viennent et qu'on leur demande [au cours du premier rendez-vous], elles nous répondent perdre du poids. C'est quatre-vingt-dix pourcents des cas, elles nous disent c'est pour perdre du poids* »

³⁴³ Hormis les structures en accès libre-service qui ne proposent pas ce type de service, les centres de remise en forme réservés aux femmes ont opté pour ce diagnostic.

³⁴⁴ Ces propos ont été tenus par une cliente d'un établissement unisexe, venue discuter avec nous lors de l'entretien mené avec Romain (22 ans, encadrant). Ils figurent sur l'enregistrement audio.

(Mégane et Mélanie, 32 et 28 ans, gérantes et encadrantes), « *la minceur. C'est le plus, c'est l'objectif premier* » (Anna, 30 ans, gérante et encadrante), « *elles veulent être très maigres. (...)* La plupart des filles ont un idéal (...) les mannequins et elles tendent à aller vers ça » (Robin, 23 ans, encadrant), « *principalement, à quatre-vingt-dix pourcents 'je veux maigrir'* » (Nadège, 40 ans, gérante), « *c'est le premier truc chez les femmes, le poids* » (Anthony, 26 ans, encadrant). Et ce ne sont pas les pratiquantes qui vont les faire mentir. En effet, interrogées sur les raisons qui les ont poussées à s'inscrire au sein de ces structures dédiées au corps et à la forme, nombreuses sont celles à abonder en ce sens. Mélanie (20 ans, étudiante), Maéva (25 ans, pharmacienne) et Solène (42 ans, assistante maternelle) disent vouloir « *perdre du poids* ». Pour le signifier, d'autres privilégient une quantification des kilogrammes jugés superflus ou du poids à atteindre. C'est le cas de Solange (44 ans, assistante maternelle), « *en fait, moi j'aimerais bien passer en dessous des soixante-quinze kilos* », de Marylène (53 ans, professeure des écoles) « *moi j'aimerais bien retrouver mes soixante kilos* », ou de Maéva (25 ans, pharmacienne) « *moi je reste (rires) dans mon objectif de dix* » kilogrammes en moins.

Le nombre de pratiquantes concernées faisant, les données recueillies au cours des entretiens concernant la taille et le poids, ont toutes trouvé leur place dans le Tableau 25 présenté ci-dessous.

Tableau 25

La perte de poids comme seul mot d'ordre ou presque

Nom et âge	Adhésion	Profession	Poids à l'entrée	IMC ³⁴⁵ à l'entrée	Poids actuel	IMC actuel
Annie (52 ans)	1 an	Agent d'entretien	73 kg	30,39 kg/m ²	65 kg	27,06 kg/m ²
Catherine (50 ans)	5 ans	Assistante de direction	54 kg	20,83 kg/m ²	48 kg	18,52 kg/m ²
Carla (27 ans)	2 ans	Femme au foyer	108 kg	39,67 kg/m ²	63 kg	23,14 kg/m ²
Carole (37 ans)	4 ans	Aide-soignante	97 kg	35,63 kg/m ²	77 kg	28,28 kg/m ²
Emma (21 ans)	1 an	Etudiante	54 kg	22,48 kg/m ²	54 kg	22,48 kg/m ²
Hélène (28 ans)	6 mois	Infirmière	55 kg	19,49 kg/m ²	55 kg	19,49 kg/m ²
Jacqueline (71 ans)	9 ans	Retraitée	64 kg	26,3 kg/m ²	64 kg	26,3 kg/m ²
Janice (42 ans)	6 mois	Sans emploi, en cours de création d'entreprise	63 kg	26,56 kg/m ²	58 kg	24,46 kg/m ²
Julie (23 ans)	1 an	Assistante maternelle dans une crèche	55 kg	21,48 kg/m ²	55 kg	21,48 kg/m ²
Katia (50 ans)	1 an	Technicienne en SAV	89 kg	35,65 kg/m ²	69 kg	27,64 kg/m ²
Kathy (45 ans)	3 ans et demi	Directrice de crèche	75 kg	26,57 kg/m ²	60 kg	21,26 kg/m ²
Laure (21 ans)	1 an et demi	Etudiante	76 kg	26,93 kg/m ²	71 kg	25,16 kg/m ²
Lisa (51 ans)	4 mois	Commerciale	78 kg	26,99 kg/m ²	69 kg	23,88 kg/m ²
Lucia (52 ans)	3 ans	Architecte libérale	95 kg	32,87 kg/m ²	90 kg	31,14 kg/m ²
Maéva (25 ans)	3 mois	Pharmacienne	67 kg	24,61 kg/m ²	65 kg	23,88 kg/m ²
Marylène (53 ans)	3 ans	Professeure des écoles	72 kg	27,1 kg/m ²	64 kg	24,09 kg/m ²

³⁴⁵ Aucune femme n'a été en mesure de délivrer avec précision son IMC. C'est pourquoi nous avons procédé personnellement au calcul de l'Indice de Masse Corporelle de chacune de nos enquêtées à partir des déclarations de ces dernières quant à leur poids et leur taille.

Mélanie (20 ans)	1 an	Etudiante	88 kg	33,53 kg/m ²	85 kg	32,39 kg/m ²
Nadine (52 ans)	3 mois	Enseignante	64 kg	25 kg/m ²	61 kg	23,83 kg/m ²
Noémie (37 ans)	3 mois	Employée administratif	60 kg	21,26 kg/m ²	60 kg	21,26 kg/m ²
Patricia (62 ans)	5 ans et demi	Retraitée	59 kg	24,24 kg/m ²	59 kg	24,24 kg/m ²
Paula (63 ans)	5 ans	Retraitée	76 kg	26,93 kg/m ²	76 kg	26,93 kg/m ²
Sabrina (37 ans)	1 an et demi	Enseignante	64 kg	21,89 kg/m ²	64 kg	21,89 kg/m ²
Samia (33 ans)	3 mois	Femme au foyer	60 kg	22,58 kg/m ²	60 kg	22,58 kg/m ²
Solange (44 ans)	2 mois	Assistante maternelle	90 kg	31,51 kg/m ²	88 kg	30,81 kg/m ²
Solène (44 ans)	2 ans	Assistante maternelle	84 kg	31,23 kg/m ²	64 kg	23,8 kg/m ²
Stéphanie (45 ans)	6 mois	Psychologue	77 kg	27,28 kg/m ²	74 kg	26,22 kg/m ²
Sylvie (47 ans)	1 an	Comptable	108 kg	37,37 kg/m ²	83 kg	28,72 kg/m ²

Source : Tableau réalisé par Louchet, C. à partir du discours de nos enquêtées.

L'intérêt de procéder ainsi est multiple. Il donne tout d'abord à voir des femmes aux caractéristiques sociales et physiques hétéroclites. Que ce soit au regard de l'âge ; les plus jeunes de nos enquêtées ayant 21 ans quand la plus ancienne est âgée de 71 ans ; de la catégorie socio-professionnelle, nous avons aussi bien des étudiantes que des retraitées, des adhérentes en activité professionnelle ou non, des femmes au foyer, des salariées comme des libérales, des techniciennes, des ouvrières, etc. ; ou encore de la morphologie, allant de la normalité à l'obésité selon les normes prévues par l'Indice de Masse Corporelle ; on ne peut que constater la pluralité³⁴⁶ des profils de pratiquantes interrogées, loin d'être de mise au sein de leurs homologues mixtes (cf. Chapitres 1 et 3). Malgré l'hétérogénéité observée, une certaine homogénéité se dessine dès lors que l'on s'attache aux raisons les ayant amenées à s'adonner à leur activité d'entretien corporel et c'est là le deuxième intérêt. Les extraits d'entretiens présentés ci-avant témoignent de la recherche récurrente d'une perte de poids mais ne sauraient cependant rendre compte de l'ensemble des femmes poursuivant cette quête, certaines passant sous silence voire réfutant leur intérêt pour cette entreprise. En associant leur discours avec les données chiffrées qu'elles nous ont elles-mêmes livrées (cf. Tableau 25), un écart entre le déclaratif et les résultats obtenus a pu être observé. Et cela est encore plus visible quand on les compare aux résultats espérés³⁴⁷. Enfin, il permet de mettre au jour la prégnance de la variable pondérale à l'aune de leur âge, de leur profession et de leur IMC.

Avant même d'opérer une quelconque distinction au moyen de ces critères, le Tableau 25 montre que dix-huit adhérentes sur vingt-sept ont enregistré une perte de poids (allant de deux à quarante-cinq kilogrammes) entre le moment où elles se sont inscrites et le jour de l'entretien, les neuf autres ayant conservé une masse corporelle équivalente. Cela signifie donc qu'aucune

³⁴⁶ Il convient cependant de rappeler (cf. Chapitre 2) qu'elle se veut propre à notre échantillon dans le sens où elle n'est pas représentative de la population de ces salles dans leur ensemble. Et cela tient notamment à notre choix de recourir à un échantillon spontané.

³⁴⁷ Nous y reviendrons dans ce chapitre.

pratiquante parmi nos enquêtées n'a connu d'augmentation pondérale. Pour les premières, l'âge ou la profession semblent n'avoir aucune incidence. Seule l'IMC, pour reprendre la classification proposée par l'OMS³⁴⁸, pourrait entrer en ligne de compte puisqu'une majorité de femmes se trouve en situation d'obésité ou de surpoids à l'annonce de leur objectif (respectivement 9/18 et 7/18) contre deux en situation de normalité. Cela se confirme une fois les secondes versées à l'analyse. En effet, les adhérentes donnant à voir une stabilité pondérale présentent plus fréquemment une corpulence normale au regard de ce même indice (7/9). Et de leurs propres aveux, elles n'ont aucunement besoin de maigrir³⁴⁹ comme le rappellent Julie (23 ans, assistante maternelle dans une crèche) « *je suis dans mon poids idéal, en fait. Je suis dans l'IMC idéal. Je suis pas en sous poids, surpoids* » ou Hélène (28 ans, infirmière) qui qualifie son physique de « *petit poids plume* ». Quant aux deux restantes, considérées en surpoids³⁵⁰, elles ont toutes deux plus de soixante ans et sont retraitées. Un constat qui n'est pas anodin si on considère qu'à partir d'un certain âge, comme le laisse entendre la littérature (Pierre, Caluzio et Schut, 2015 ; Burlot et Lefèvre, 2009 ; Feillet et Roncin, 2006 ; De Saint Pol, 2010), les aspirations corporelles des femmes tendent à évoluer, d'un nécessaire travail esthétique en vue d'approcher les critères de beauté à un nécessaire entretien en vue de conserver un corps en bonne santé³⁵¹. Et ce, conformément aux préconisations émises par les politiques de santé publique (Carvallo, 2012 ; Ninot, 2012 ; Henaff-Pineau, 2008). Selon les gérant.e.s et encadrant.e.s interrogé.e.s, cela se confirme au sein de leurs structures : « *les personnes qui ont plus de 50 ans s'inscrivent pour la santé, pour s'entretenir ou reprendre une activité (...), c'est vraiment plus la santé en fait* » (Dominique, 58 ans, gérante), « *le matin à 9 heures y en a qui viennent mais c'est juste pour s'entretenir* » (Ambre, 24 ans, encadrante) et ce sont principalement des personnes retraitées³⁵², « *elles cherchent plus à partir d'un certain âge à*

³⁴⁸ Cette catégorisation traduit des niveaux de risque pour la santé mais elle ne se veut pas infaillible. En effet, elle présente un certain nombre de limites que sont notamment le sexe, l'âge ainsi que la masse musculaire de l'individu (De Saint Pol, 2007).

³⁴⁹ Il convient cependant de préciser que plusieurs d'entre elles ont entrepris, avant même leur adhésion, leur processus d'amaigrissement comme l'illustrent ces extraits d'entretiens : « *j'avais perdu quinze kilos déjà, avant Curves* » (Janice, 42 ans, sans emploi, en cours de création d'une entreprise), « *ma dernière grossesse j'étais arrivée à soixante-dix-huit enceinte. Et puis (...) je voyais les kilos défilés, soixante-neuf, soixante-huit, soixante-sept, voilà, jusqu'à soixante. [Et] une fois que je suis arrivée à soixante, bon bah là, j'ai commencé à me dire maintenant on va s'occuper de reprendre le sport et heu, et retonifier* » (Samia, 33 ans, femme au foyer).

³⁵⁰ Cependant, il a été établi que la pertinence de l'Indice de Masse Corporelle devait être relativisée à mesure de l'avancée en âge d'une part, parce que ce dernier influe sur la courbe du poids et d'autre part, parce que le ratio masse grasse/masse musculaire tend à augmenter sans que cela ait de conséquence sur l'IMC (Poulain, 2009).

³⁵¹ Cela ne signifie pas pour autant que les femmes ne sont pas soucieuses de l'image qu'elles donnent à voir aux autres, que les contraintes en matière de beauté s'assouplissent. Les normes qui font la féminité « *s'actualise[nt]* », pour reprendre l'expression employée par Cécile Charlap (2013, 111) : il convient bien de dissimuler les rides, les cheveux blancs, etc. Cependant, il semblerait que les femmes envisagent le travail corporel autrement, comme le montrent les travaux de Jeanne-Maud Jarthon et Christophe Durand (2015) au sein des salles de remise en forme.

³⁵² Au cours de nos observations, nous avons en effet constaté que les créneaux du matin sont principalement

perdre » (Anthony, 26 ans, encadrant). Nos observations (non) participantes comme les entretiens menés avec les clientes concernées viennent également le certifier : « *vu mon âge, comme j'ai soixante et onze ans, [c'est] rester en forme le plus longtemps possible [et] surtout moi mon but, de pas m'encroûter* » (Jacqueline, 71 ans, retraitée), « *perdre du poids à notre âge, c'est plus possible hein ou alors il faut faire régime hein, m'entretenir surtout* » (Paula, 63 ans, retraitée). A travers ces exemples, on est en mesure d'apprécier l'évolution des injonctions sociales pesant sur le corps des femmes qui oscillent entre devoir de beauté, pour les plus jeunes et devoir de santé, pour les plus âgées. Le second se veut plus prégnant encore ces dernières années avec l'arrivée de nouveaux plans de prévention visant à « bien vieillir » au « mieux vieillir³⁵³ » mais au regard du faible nombre de femmes concernées parmi nos enquêtées, il semblait plus heuristique d'orienter la focale sur le premier aspect.

1.3. De la contrainte naît le mérite

Pour parvenir au résultat escompté, et ainsi perdre du poids, les pratiquantes interviewées semblent prêtes à redoubler d'efforts, souvent synonymes de concessions, et à s'imposer nombres de contraintes. Pour Marion Braizaz (2016), qui s'attache à questionner les pratiques esthétiques notamment au prisme du genre, c'est justement parce qu'elles sont contraignantes qu'elles sont valorisées et légitimées car rares sont les femmes à pouvoir les maîtriser. Ainsi, elles apparaissent comme le résultat d'une volonté mise à rude épreuve. Le recours fréquent aux régimes amaigrissants, au cours de leur vie, en est une illustration, comme le montre les extraits d'entretien ci-contre.

Encadré 19

Extraits d'entretiens avec les abonnées des salles unisexes

- Annie (52 ans, agent d'entretien) : « *tous les ans, je faisais mon petit régime, machin, (...) même des boissons détox, je perdais deux, trois kilos, et puis au retour des vacances, bah, je, j'en avais repris cinq* »,
- Janice (42 ans, sans emploi, en cours de création d'une entreprise) : « *j'avais tellement*

utilisés par des femmes plus âgées, souvent retraitées. Nombreuses sont celles à venir dès l'ouverture de la structure. Et cela a été confirmé par les membres du personnel lors des entretiens : « *le matin, c'est des retraitées* » (Ambre, 24 ans, encadrante), « *souvent ouais quand c'est le matin, c'est les retraitées* » (Anthony, 26 ans, encadrant).

³⁵³ Cela s'apprécie à travers les travaux de Bernadette Puijalon et Jacqueline Trincaz (2014), Raymonde Feillet et Charles Roncin (2006) ou encore Pia-Caroline Henaff-Pineau (2014).

fait de régimes à droite, à gauche que j'en ai eu marre. (...) J'avais déjà fait par une diététicienne, ça n'avait pas marché. J'avais passé par Weight Watchers, ça avait été compliqué. Et un beau jour, j'ai décidé de prendre les taureaux par les cornes et en fait j'ai arrêté les féculents le soir »,

- *Maéva (25 ans, pharmacienne) : « j'ai eu le malheur de faire le régime Dukan mais pas suivi, voilà j'ai fait un peu par moi-même. J'ai perdu huit kilos en deux semaines à peu près, mais (...) à la fin, je buvais quasiment que de l'eau, je mangeais plus parce que j'étais écœurée de l'alimentation »,*
- *Solène (42 ans, assistante maternelle) : « j'avais déjà fait Weight Watchers, mais j'avais jamais perdu, enfin j'avais jamais atteint le poids que j'ai là maintenant »,*
- *Solange (44 ans, assistante maternelle) : « j'ai vu un nutri, (...) il m'avait dit, moi ce que je peux vous proposer c'est un régime, en fait, on pèse les aliments, c'est un peu comme Weight Watchers, mais en plus, heu, en plus restrictif »,*

Malgré la répétition, la diversité ou encore le caractère restrictif des méthodes employées, qu'elles soient encadrées institutionnellement, médicalement ou non, on comprend à travers leurs discours que l'efficacité de celles-ci demeure relative d'une part, parce qu'elles ne permettent pas toujours d'atteindre l'objectif pondéral fixé et d'autre part, parce que les résultats obtenus ne sauraient perdurer dans le temps. Pire, à plus long terme le ratio kilogrammes perdus - kilogrammes repris se voudrait négatif. Pourtant, les pratiquantes persistent dans cette entreprise. En effet, les femmes interrogées et engagées dans un processus de transformation corporelle associent fréquemment leur pratique d'entretien à une surveillance alimentaire voire un régime restrictif pouvant parfois être très strict, persuadées que l'activité physique seule n'est pas suffisante. Une idée mise en avant par Patricia (62 ans, retraitée). Au cours d'un entretien, elle explique : *« je suis convaincue que le sport ne fait pas maigrir. (...) On ne maigrir pas par le sport, on se maintient, comme je vous l'ai dit. (...) La seule façon, vraiment, de maigrir, c'est l'alimentation »*. Si nos autres enquêtées ne sont pas aussi empreintes de certitude à ce sujet, ou du moins elles ne le verbalisent pas comme tel, les actions exercées sur leurs pratiques alimentaires témoignent tout de même de la prégnance de cette variable dès lors qu'elles entreprennent de perdre du poids (cf. Encadré 20).

Encadré 20

Extraits d'entretiens avec les clientes des établissements unisexes

- Carla (27 ans, femme au foyer) : *« j'ai, l'alimentation et le sport. (...) J'ai supprimé le sel, le sucre et la matière grasse »,*
- Carole (37 ans, aide-soignante) : *« maintenant, je fais beaucoup plus attention à tout ce que je mange »,*
- Laure (21 ans, étudiante) : *« il faut adapter son alimentation en fait (...) tout en continuant à faire du sport, le corps va pouvoir bien maigrir »,*
- Nadine (52 ans, enseignante) : *« je disais, bon allez, cet été je fais attention, par exemple, et puis je perdais trois, quatre kilos. (...) Ne pas grignoter avant les repas, heu, goûter une pomme plutôt qu'un pain au chocolat, enfin des choses comme ça, mais c'est tout »,*
- Sabrina (37 ans, enseignante) : *« je regarde ce que j'ai mangé, c'est vrai j'essaye de rester dans les 2500 calories par jour. J'essaye de pas trop manger. (...) J'ai arrêté le chocolat (...) et j'ai changé mon petit déjeuner aussi. Je prenais beaucoup des céréales, j'ai arrêté les céréales et là c'est des œufs. Je mange des œufs et du, du, du fromage, du yaourt. (...) J'ai réduit aussi le nombre de sucreries que je mangeais (...) et je mange plus léger le soir, c'est tout »,*
- Stéphanie (45 ans, psychologue) : *« je fais attention quand même à faire des repas corrects, à pas trop manger. (...) J'ai fait aussi un mois où j'ai fait sans sucre ».*

Si les manières de faire diffèrent - chacune allant de sa recette, de ses essais, de ses expériences - le résultat est identique : les femmes citées précédemment affichent toute leur volonté de surveiller voire de réguler leur alimentation en vue de maintenir ou de perdre du poids et ce, en dehors de tout cadre médical. Une pratique qui se veut courante selon Thibaut de Saint Pol (2010) qui a pu constater, au cours de son étude sur le corps désirable, que la réalisation d'un régime résultait dans près de deux tiers des cas d'une initiative personnelle, expression selon lui d'une préoccupation avant tout esthétique. Pourtant rares sont celles à employer le terme de « régime », lui préférant l'expression « faire attention ». Il faut dire que les régimes en tant que tels sont souvent décriés et/ou assimilés à des restrictions et des interdits alimentaires³⁵⁴ mais, comme l'ont montré les travaux de Solenn Carof (2017), cette critique et le choix d'un autre vocable ne doivent pas dissimuler le contrôle exercé sur leur consommation alimentaire et ce,

³⁵⁴ Que ce soit de la part des individus ou des diététicien.ne.s, si on se réfère à l'étude menée par Etienne Bard (2019) portant sur les suivis diététiques sur laquelle nous reviendrons au cours de ce chapitre.

de manière permanente. Dans les faits, et à l'image de ce qu'a pu mettre au jour l'auteure (2015) dans une précédente étude portant sur les régimes amaigrissants, les pratiquantes interviewées diminuent leur apport calorique journalier et bannissent certains aliments jugés trop riches. Ces restrictions caloriques ne sont pas propres à nos enquêtées, elles sont monnaie courante pour les femmes françaises (Basdevant, 1998 ; De Saint Pol, 2010), comme si le fait d'être au régime faisait partie intégrante de leur devoir en matière de beauté (Poulain, 2002). De plus, ces interdits auto-imposés attestent de l'existence, dans leur système de représentation, d'une frontière entre des aliments perçus comme sains ou malsains (Gojard, Lhuissier et Régnier, 2006 ; Carof, 2017), frontière qui trouve notamment son essence dans les recommandations émises par les pouvoirs publics. D'ailleurs, les restrictions exercées par les adhérentes des centres unisexes interrogées coïncident avec l'une des « *dix mesures phares* » du Plan National Nutrition Santé³⁵⁵ à savoir réduire le sel, les sucres ainsi que le gras, autrement dit mettant « à l'index certaines pratiques alimentaires définies comme « mauvaises », dont les effets sur la santé seraient susceptibles de se révéler sur le corps des citoyens » (Carof, 2017, 108). Si un tel rapprochement n'a jamais été exprimé par les principales concernées³⁵⁶, la similitude entre leurs restrictions ou interdits alimentaires et les bonnes conduites à adopter au regard de la santé pourrait être l'expression de ce que Jean-Pierre Poulain (2002, 124) nomme « *la surmédicalisation de l'alimentation* » qui peut conduire à renforcer la légitimité des régimes restrictifs sous couvert d'une apparente scientificité. Et cela n'est pas sans effet ni sans risque sur la santé, pouvant même conduire à des comportements considérés comme déviants.

1.3.1. *Du corps objectivé aux pratiques corporelles déviantes*

Parmi les pratiquantes interviewées, nombreuses sont celles à avoir opté pour une auto-surveillance nutritionnelle, la possibilité leur est également donnée de bénéficier d'un accompagnement individualisé. Il est en effet des salles de remise en forme strictement réservées aux femmes³⁵⁷ qui proposent à leurs clientes, en sus des services sportifs, un suivi

³⁵⁵ Les différents Plans Nationaux Nutrition Santé prescrivent de bonnes pratiques en matière d'alimentation et d'activité physique. Dans sa dernière version, 2019-2023, les principes mentionnés ci-dessus ont été réaffirmés.

³⁵⁶ Un constat qui pourrait être imputé à notre grille d'entretien dans le sens où les conduites alimentaires de nos enquêtées étaient questionnées de manière succincte (cf. [Annexe 7](#)), uniquement en lien avec les propositions de services des centres de remise en forme unisexes. Pour autant, les pratiquantes ont livré des informations qui dépassaient largement le cadre des pratiques institutionnelles en nous faisant part de leurs pratiques alimentaires quotidiennes, celles résultant de leur propre initiative, sans jamais établir de lien avec les recommandations sanitaires.

³⁵⁷ Les salles appartenant au réseau franchisé *Curves* ont également développé ce service. Néanmoins, elles ont été provisoirement exclues de l'analyse puisque qu'une partie leur est exclusivement dédiée plus loin dans le [Chapitre 5](#).

alimentaire personnalisé. Engagée dans un processus de transformation corporelle, Carole (37 ans, aide-soignante), en situation d'obésité au moment de son inscription, revient sur le dispositif dont elle a bénéficié au sein de l'une d'elles et explique :

avoir été « pris[e] en main en septembre (...), c'était Christian [le gérant] qui me suivait. Et (...) lui, il était très, très stricte question nourriture. (...) Le premier mois il m'a dit : 'il faut désintoxiquer ton corps de tout, de sucre et tout ça'. Donc, j'avais droit qu'à des légumes et de la viande blanche pendant un mois (...) c'était dur, mais j'ai tenu ». Puis, elle ajoute « alors, je sais pas si c'est bon mais moi j'ai suivi. Et après, petit à petit il m'a fait réintroduire un petit peu de riz, et ainsi de suite, et ainsi de suite ».

A travers le discours de cette pratiquante, on comprend que sans même connaître les tenants et les aboutissants de ce régime strict, « *c'était vraiment pour me réhabituer à vouloir manger des choses plus saines peut-être* » (Carole, 37 ans, aide-soignante), sans même savoir si cela est bon ou non pour sa santé, certaines femmes sont prêtes à suivre aveuglément les recommandations des professionnel.le.s de la forme en vue d'atteindre leur objectif : perdre du poids. Et cela apparaît d'autant plus problématique quand on sait que Christian (45 ans, gérant) ne dispose d'aucune formation lui permettant de délivrer des prescriptions alimentaires, un constat qui vaut d'ailleurs pour l'ensemble des enquêté.e.s exerçant au sein des structures unisexes. Si le cas de Carole ne peut être généralisé, il attire néanmoins l'attention sur la compétence professionnelle des gérant.e.s et encadrant.e.s en matière de nutrition car même s'il.elle.s accompagnent leurs clientes dans leur processus de perte de poids, à l'image des diététicien.ne.s étudié.e.s par Etienne Bard (2019), les compétences, formations et diplômes diffèrent entre les deux secteurs d'activité et se veulent réglementées par le Code du Sport pour le premier³⁵⁸ et le Code de la santé publique pour le second³⁵⁹.

Les résultats obtenus faisant, cette adhérente persévère dans les privations et ce, malgré les conseils prodigués par le gérant pourtant suivis à la lettre dans un premier temps : « *il m'a fait*

³⁵⁸ Nous en avons déjà fait état au cours du [Chapitre 4](#).

³⁵⁹ L'article L 4371-1 du Code de la santé publique précise à ce titre : « *est considérée comme exerçant la profession de diététicien toute personne qui, habituellement, dispense des conseils nutritionnels et, sur prescription médicale, participe à l'éducation et à la rééducation nutritionnelle des patients atteints de troubles du métabolisme ou de l'alimentation, par l'établissement d'un bilan diététique personnalisé et une éducation diététique adaptée* ». Cet article est disponible en ligne sur le site internet Légifrance, en suivant le lien ci-après : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?cidTexte=LEGITEXT000006072665&idArticle=LEGIARTI000006689537>, consulté le 19 juin 2020 à 18h45. L'article L 4371-2 rappelle quant à lui que « *seules peuvent exercer la profession de diététicien les personnes titulaires du diplôme d'Etat mentionné à l'article L 4371-3 ou titulaires* de *l'autorisation* » : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000021503972&cidTexte=LEGITEXT000006072665&dateTexte=20091220>, consulté le 19 juin 2020 à 19h04.

comprendre que la semaine je devais faire attention et que je pouvais me lâcher par exemple un jour dans la semaine. (...) Mais, au départ, j'osais plus du tout me lâcher donc je faisais attention tout le temps, tout le temps, tout le temps » (Carole, 37 ans, aide-soignante). Les constatations objectivées, par le biais des mensurations réalisées, en termes de perte de poids et de centimètres l'encouragent à poursuivre ses efforts au gré de ses besoins nutritionnels et énergétiques journaliers. Une expérience qu'elle n'a pas été la seule à vivre.

Carla (27 ans, femme au foyer), une cliente de cette même salle, a également entrepris un régime très restrictif en vue de perdre du poids. Et malgré les quarante-cinq kilos perdus, elle ne parvient pas à recouvrer une alimentation diversifiée et à lever les interdits qu'elle s'est elle-même fixés : *« je fais toujours attention à mon alimentation, tout ça. (...) Tout à la vapeur, tout grillé. (...) J'ai voulu essayer de manger du gras, bah non ça passe plus (...), même un steak haché, je le mange pas entier, je mange que la moitié. Ça passe plus. Bah, c'est beaucoup en fait* ». Si les aliments se sont raréfiés depuis le début de son régime, c'est également le nombre de repas quotidiens qui s'est vu impacter, comme le montre cet extrait d'entretien : *« le matin, ça fait un moment que je déjeune plus et puis le midi bah je mange et au soir, ça dépend* ». Ces propos ne sont pas sans rappeler ceux tenus par les enquêtées de Vanessa Lentillon-Kaestner, Mélanie Allain et Fabien Ohl (2015, 86), interrogées dans le cadre d'une étude portant sur les troubles du comportement alimentaire. Ils ont en effet montré que les femmes, notamment celles souffrant d'anorexie, régulaient leurs prises alimentaires en fonction de leur dépense physique, comme si elles *« fonctionnaient au mérite* » impliquant donc un réajustement *« les jours où elles ne faisaient pas de sport, elles ne se nourrissaient pas ou peu* ». Si à notre connaissance, Carla (27 ans, femme au foyer) n'a pas été diagnostiquée en ce sens, les privations quotidiennes, interdictions alimentaires, restrictions calorifiques, huit heures quotidiennes passées à se dépenser physiquement³⁶⁰ au sein de l'établissement de remise en forme dans lequel elle est abonnée, associées à une distorsion de sa morphologie³⁶¹, sont autant d'éléments témoignant d'un rapport conflictuel à l'alimentation, au corps et à l'image qu'il renvoie. Mais à travers ces pratiques, on comprend surtout que les objectifs corporels fixés par nos enquêtées *« sont toujours plus ambitieux et induiraient un constant sentiment*

³⁶⁰ Au cours de l'entretien, Carla (27 ans, femme au foyer) explique s'être rendue deux fois par jour à la salle de sport et ce, pendant une longue période : *« c'était le matin, je faisais les cours collectifs, après bah je venais encore au soir (...) je faisais huit heures de sport par jour* » alors qu'elle ne pratiquait aucune activité physique avant de débiter sa transformation corporelle.

³⁶¹ Cette pratiquante ne prend aucunement conscience de son importante perte de poids, *« encore aujourd'hui, je me vois encore grosse* » (Carla, 27 ans, femme au foyer). Pourtant, au regard de la classification proposée par l'OMS, elle présente un IMC dit normal.

d'insatisfaction face à ce qui est accompli », à l'image des femmes souffrant d'anorexie mentale (Scodellaro, Pan KéShon et Legleye, 2017, 25).

En analysant l'expérience de ces deux femmes - toutes deux en situation d'obésité sévère au moment de leur inscription, considérée comme une déviance au regard des critères normatifs ayant trait à la santé comme à la beauté - on constate les efforts consentis en vue d'atteindre ce qui est perçu comme relevant de la normalité. Mais en voulant se conformer au modèle établi, elles se sont finalement engagées dans de nouvelles transgressions qui ne sauraient pourtant les contenter. En prenant la mesure de leur corps chaque mois durant, les données chiffrées font preuve et permettent d'objectiver les résultats obtenus ; vingt kilogrammes perdus pour Carole (37 ans, aide-soignante), quarante-cinq pour Carla (27 ans, femme au foyer) ; pourtant, elles demeurent insuffisantes pour leur permettre de se satisfaire de cette nouvelle apparence. Cette procédure de contrôle, instillée par les centres de remise en forme réservées aux femmes, ne fait que conforter ces adhérentes dans leur idée de poursuivre leur travail d'embellissement, légitimant par la même occasion les pratiques déviantes auxquelles elles s'adonnent en vue d'y parvenir. Et à l'heure où « *les avatars actuels de l'embellissement* » reposent sur l'amincissement, (Vigarello, 2004, 251), chacun est contraint à une surveillance perpétuelle de son apparence, de sa forme physique et de son poids (Le Breton, 2010a). Ainsi, on comprend qu'il s'agit non plus pour les femmes de se conformer à la norme, au sens de normalité au regard de l'IMC, mais à l'idéal corporel incarné par la minceur, la tonicité des chairs, entre autres choses.

1.3.2. *D'une redondance efficace*

Dans cette quête, l'activité physique occupe également une place centrale. Les centres de remise en forme l'ont bien compris et n'hésitent pas à mettre en avant leur expérience en la matière, à l'image de ceux appartenant à la franchise *Curves* qui prétendent dans leurs supports communicationnels avoir « *aidé 10 millions de femmes à garder la forme, renforcer leurs muscles et perdre du poids*³⁶² », contribué à ce que « *des millions de femmes perdent du poids avec nous, alors faites comme elles, et soyez en pleine forme toute l'année*³⁶³ ». L'exemple de cette enseigne ne donne pas seulement à voir les moyens mis en œuvre pour se faire, mais aussi les résultats déjà obtenus qui sont, selon ses dires, avalisés par différentes études scientifiques

³⁶² Cette mention est disponible sur le site internet de la franchise, <http://www.curves.eu/fr/>, consulté le 4 février 2018 à 18h12.

³⁶³ Cette information est diffusée aux clientes et futures clientes par le biais de *flyers*.

ainsi que par les médecins³⁶⁴. Une manière de faire loin d'être inédite puisqu'elle a déjà été mise au jour par Muriel Darmon (2010, 213), lors de ses travaux sur les groupes commerciaux d'amaigrissement qui montrent dans quelle mesure les « *contraintes exercées (...) sur les individus sont légitimées au nom de l'expérience ('on fait maigrir les femmes depuis 30 ans') et de la science (nutrition, diététique (...)) fréquemment opposés à un contre-modèle de la fausse science et des 'régimes farfelus'* ». En affichant ces exemples de réussite, les structures de remise en forme interdites aux hommes attestent de l'efficacité de leurs propositions de services sportifs axées principalement, et pour une majorité d'entre eux (21³⁶⁵/27), sur la réalisation d'un *circuit-training*.

Malgré toutes les qualités qui lui sont prêtées - que sont la simplicité d'utilisation, l'adaptabilité à toutes les femmes et à toutes les morphologies ou encore la sécurité dont il est la caution (cf. Chapitre 4) -, le *circuit-training* mis à la disposition de leur clientèle n'en demeure pas moins toujours le même, ne laissant aucune place aux changements, à la variation des activités et des efforts à fournir. Une spécialisation qui se voudrait cependant efficace, qui maximiserait les résultats quant à la perte de poids, de masse grasse et contribuerait à l'augmentation de la masse musculaire si et seulement si la pratique s'inscrit parallèlement dans une forme de régularité. Là encore, ce sont les gérant.e.s et encadrant.e.s des structures *Curves* qui le promeuvent le plus au moyen d'une quantification de la fréquence de pratique : « *on leur fait comprendre qu'on ne fait pas de miracles (rires). Qu'il faut qu'elles aient un équilibre alimentaire et qu'elles fassent une activité physique régulière* » (Mégane et Mélanie, 32 et 28 ans, gérantes et encadrantes), « *dans l'idéal, c'est trois fois. (...) Donc quand elles me disent une fois, je dis 'c'est pas la peine, vous aurez pas de résultats. C'est minimum deux, passez très vite à trois'* » (Sonia, 35 ans, gérante et encadrante), « *on leur dit 'si tu viens trois fois, c'est largement mieux au niveau de la régularité et de tes résultats, c'est autre chose quoi'. Deux c'est bien, mais trois c'est quand même mieux quoi* » (Emeline et Jessy ; 34 et 32 ans, gérantes et encadrantes), « *une moyenne c'est deux-trois entraînements. Deux minimum en dessous de deux, c'est compliqué par semaine. Et théoriquement (...) y'a forcément du résultat qui arrive* » (Robin, 23 ans, encadrant). Mais l'imposition de cette régularité ne fait qu'exacerber la redondance de leur offre sportive comme le fait remarquer Béatrice (28 ans, encadrante) « *on a déjà le circuit qui est assez répétitif quand même* ». Et selon les pratiquantes interrogées, le caractère répétitif de la

³⁶⁴Cette enseigne mobilise régulièrement des études qualifiées de scientifiques. Nous y reviendrons plus longuement au cours du Chapitre 5.

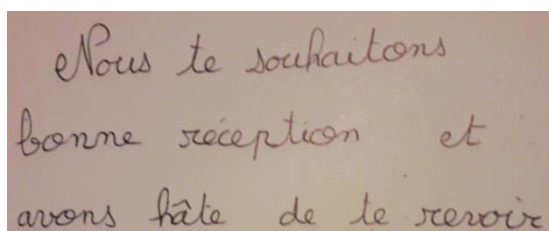
³⁶⁵ Parmi eux, sont regroupées toutes les salles franchisées *Curves* (n=16), *Lady Fitness* (n=1), *Lady Moving* (n=2) ainsi que deux indépendantes.

pratique a eu raison de nombre de femmes qui ont finalement préféré mettre fin à leur période d'essai ou à leur abonnement : « *quand je me suis inscrite suite à mon mois gratuit, on m'a dit, bah tu vas voir, tu vas faire ton mois et après tu vas te laisser, parce que franchement c'est nul* » (Solange, 44 ans, assistante maternelle), « *j'ai une copine qui a tenté, elle a fait un mois et elle a baissé les bras [parce qu'elle avait] l'impression de tourner en rond* » (Annie, 52 ans, agent d'entretien) et a également eu raison de leur régularité comme Catherine (50 ans, assistante de direction) « *là j'y vais moins, on trouvait que c'était toujours un peu la même chose* ».

Constatant le relâchement de certaines de leurs adhérentes, plusieurs procédures ont été mises en place par les responsables des établissements *Curves*, conformément aux préceptes de l'enseigne, pour tenter d'y remédier. Le premier consiste en la planification des séances chaque semaine ou mois durant. Dans les faits, il s'agit pour chaque pratiquante de consigner à l'avance chacune de ses visites, dans le classeur dédié à cet effet, comme l'explique Lucia (52 ans, architecte libérale) : « *elle, [la responsable] m'a fait signée un papier où on marque à l'entrée si on va venir et quel jour et on note les jours. Et finalement ça motive un peu plus que de, que si elle m'avait pas obligée à inscrire. Et j'essaye de le mettre dans mon emploi du temps, comme des rendez-vous* ». Ayant nous-mêmes été invitées à procéder ainsi, au cours de nos observations participantes (cf : Chapitre 2), nous nous sommes permises de questionner les raisons d'un tel dispositif. Pour la gérante, « *c'est juste en fait des engagements que tu prends vis-à-vis de toi-même. Une fois que tu as fait le rond c'est pour dire je m'engage à venir. Bon après, si t'as un empêchement et je vais dire n'importe quoi mais tu viens pas le jeudi mais tu viens le vendredi c'est pas grave. Mais le tout, c'est que tu t'engages sur ce nombre de séances-là* » (Extrait de notre journal de terrain). Engagement ou non, force est de constater qu'« *on fait facilement l'impasse* » pour reprendre les propos de Lucia. Et cela n'a pas non plus échappé aux membres du personnel qui, par ce biais, sont en mesure d'évaluer l'assiduité de leurs clientes. A défaut, elles se voient notifier de différents rappels textuels (sms ou carte postale) et oraux (appel), comme le raconte Maéva (25 ans, pharmacienne) : « *quand je suis pas venue, ils m'ont appelés (rires), je sais plus combien de fois, trois ou quatre fois (...). On sent qu'ils ont toujours un œil sur nous et c'est motivant. [Et puis], on se dit 'c'est vrai, ça fait autant de temps que je suis pas venue (rires)'. Allez, j'y retourne quand même* » et le montre le message suivant.

Photographie 27

Message reçu par voie postale lors de nos observations participantes



Cette carte, reçue quelques jours seulement après avoir interrompu provisoirement nos « entrainements », nous n'avons pas été la seule à la recevoir si on en croit la responsable : « *en balayant un peu* [les jours cochés dans le classeur], *bah tiens* [on voit qu'il] *y a untel qui avait prévu de venir et puis qui est pas venue. Bah nous c'est les personnes qu'on va appeler en priorité pour dire de se fixer des rendez-vous avec ces personnes-là* » (extrait du journal de terrain). Dès lors, on comprend que les femmes consignait leurs visites ne prennent pas seulement « *un engagement avec elle-même* », pour reprendre la formule consacrée, mais également un engagement auprès de la structure et de ses salarié.e.s. Mais ce deuxième dispositif n'a pas toujours l'effet escompté car à distance, contraindre à l'effort, à la régularité, à l'assiduité demeure difficile. Là encore, l'analogie avec les observations réalisées par Muriel Darmon (2011), lors de réunions au sein d'un groupe commercial engageant leurs adhérentes dans un processus de perte de poids, est frappante. L'auteure insiste en effet sur la puissance du contrôle opéré par les représentant.e.s de ces institutions tout en montrant les limites auxquelles ils se heurtent dans leur action, que ce soit d'un point de vue spatial ou temporel. Dans le cadre de notre étude, il en va de même, le contrôle des clientes se veut particulièrement prégnant tant que celles-ci se trouvent au sein de l'établissement de forme mais apparaît relatif une fois qu'elles ont refermé les portes de l'enceinte.

1.4. Une transformation jamais aboutie

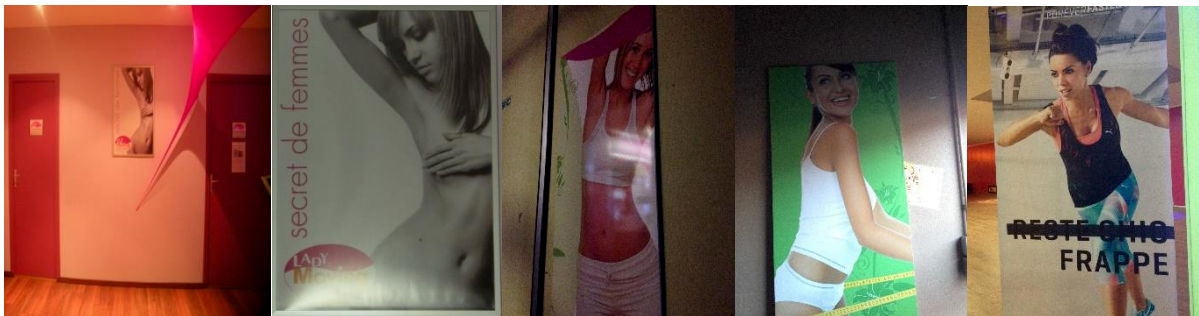
Perçu comme « *malléable, modifiable, transformable, à la hauteur de la ferme prise que l'individu peut avoir sur lui* » (Darmon, 2006, 444), le corps est devenu un capital à part entière (Pagès-Delon, 1989 ; Louveau, 2007 ; Queval, 2008), un capital que tout à chacun peut développer s'il s'en donne les moyens³⁶⁶, par le biais de soins de beauté et de santé, de cures

³⁶⁶ Tel est le message sous-jacent dans les campagnes de prévention sanitaire diligentées par les pouvoirs publics ou diffusé dans les médias.

amaigrissantes mais aussi des activités physiques et/ou sportives (Meidani, 2007). En tant que lieu privilégié de l'entretien corporel, les salles de remise en forme sont des acteurs de premier plan en la matière et en ont fait leur principal fonds de commerce. Nul ne peut s'y tromper en découvrant les photographies disséminées ici et là au sein de l'espace de pratique (cf. Photographies 28).

Photographies 28

Des canons de beauté à admirer pendant la pratique



Sources : Les deux premières photographies ont été prises par Hidri Neys, O. et les suivantes par Louchet, C. dans différentes structures réservées aux femmes.

Plusieurs salles indépendantes et franchisées³⁶⁷ (7/27), positionnées sur le segment de marché du « réservé aux femmes », ornent en effet leurs murs d'affiches où seules des jeunes femmes aux corps minces, « *sain[s]*, *svelte[s]* (...), *séduisant[s]* et *lisse[s]* » sont représentées (Le Breton, 2010a, 147). En l'absence d'une telle matérialisation au sein de l'établissement lui-même, ce sont leurs supports communicationnels et/ou leurs devantures qui les relayent (cf. Chapitre 3). Une manière de procéder qui se rapproche à s'y méprendre de celle de leurs concurrents mixtes et qui, comme eux, constitue « *un ensemble de critères invariants auxquels les pratiquantes souhaitent se conformer* », afin d'approcher « *la définition que les médias donnent du corps idéal féminin* » (Haissat et Travailot, 2012, 34). Et même si les femmes s'appuient plus fréquemment sur des données chiffrées - tels que les kilogrammes, l'indice de masse corporelle, le pourcentage de masse grasseuse, les calories, etc. - pour fixer leurs objectifs (Carof, 2015) et plus globalement pour quantifier les efforts nécessaires à la transformation de leur apparence, nous avons d'ailleurs pu le vérifier précédemment, elles recourent également à des modèles en vue de produire un corps qui se voudrait performant³⁶⁸,

³⁶⁷ Il convient de préciser que les établissements *Curves* (n=16), *Tahiti Gym* (n=1), *Fitness Pass* (n=1), *Fit&Zen* (n=1) et *Form'elles* (n=1) ont banni tout visuel ayant trait à la normalisation corporelle au sein de leur espace de pratique, soit vingt centres sur les vingt-sept enquêtés.

³⁶⁸ Pour l'auteure, qui s'est attachée à questionner la place et le sens que revêt le corps dans notre société, la notion de performance demeure étroitement liée à celle de la conformation aux critères sanitaires et esthétiques. Plus la silhouette s'accorde avec les normes corporelles, plus elle se veut performante, *a contrario* plus elle s'en éloigne,

autrement dit en adéquation avec ces derniers (Queval, 2008). En s'attachant à leur plastique et uniquement à celle-ci, il semblerait que les modèles esthétiques donnés à voir aux clientes peuvent jouer ce rôle. Exposées à la vue de toutes, ces incarnations de la beauté invitent tout d'abord à la comparaison ; les adhérentes ne pouvant que constater l'écart entre leur propre morphologie et celle à atteindre, les renvoyant inévitablement à l'idée que leur silhouette n'est pas conforme aux attendues en matière de beauté ; puis à la poursuite de leurs efforts en vue de perdre du poids. Finalement, ces éléments témoignent du pouvoir d'attraction exercé par ces supports imagés et constituent autant de rappels au nécessaire devoir de beauté assigné aux femmes (Le Breton, 2010a). Dès lors, peu importe le support publicitaire retenu pour la diffusion de ces photographies, le résultat est identique : les structures de remise en forme interdites aux hommes participent, à la perpétuation voire l'exacerbation des injonctions normalisatrices qui pèsent sur la silhouette de leurs clientes - comme le fait fréquemment la presse dite féminine en arborant des femmes au corps mince ou en multipliant les occurrences à ce vocable au fil de ses pages (Vigarelo, 1999) - alors qu'elles présentaient leurs espaces démixés comme un rempart aux jugements évaluatifs, aux situations donnant lieu à stigmatisation (cf. Chapitre 4).

1.4.1. *Le poids en ligne de mire*

Et cela se traduit tout d'abord par l'établissement de nouveaux objectifs pondéraux, comme le montre le Tableau 26 présenté ci-après.

Tableau 26

Des résultats obtenus aux résultats espérés

Nom et âge	Poids à l'entrée	IMC à l'entrée	Poids actuel	IMC actuel	Poids espéré	IMC attendu
Annie (52 ans)	73 kg	30,39 kg/m ²	65 kg	27,06 kg/m ²	63 kg	26,22 kg/m ²
Carla (27 ans)	108 kg	39,67 kg/m ²	63 kg	23,14 kg/m ²	55 kg	21,48 kg/m ²
Carole (37 ans)	97 kg	35,63 kg/m ²	77 kg	28,28 kg/m ²	67 kg	24,61 kg/m ²
Catherine (50 ans)	54 kg	20,83 kg/m ²	48 kg	18,52 kg/m ²	Perdre, indéfini	Indéfini
Emma (21 ans)	54 kg	22,48 kg/m ²	54 kg	22,48 kg/m ²	Stabilisation	22,48 kg/m ²
Hélène (28 ans)	55 kg	19,49 kg/m ²	55 kg	19,49 kg/m ²	Prendre, indéfini	Indéfini
Jacqueline (71 ans)	64 kg	26,3 kg/m ²	64 kg	26,3 kg/m ²	Stabilisation	26,3 kg/m ²
Janice (42 ans)	63 kg	26,56 kg/m ²	58 kg	24,46 kg/m ²	Perdre, indéfini	Indéfini
Julie (23 ans)	55 kg	21,48 kg/m ²	55 kg	21,48 kg/m ²	53 kg	20,7 kg/m ²
Kathy (45 ans)	75 kg	26,57 kg/m ²	60 kg	21,26 kg/m ²	Stabilisation	21,26 kg/m ²
Katia (50 ans)	89 kg	35,65 kg/m ²	69 kg	27,64 kg/m ²	60 kg	24,03 kg/m ²

moins elle se voit associée à ce qualificatif.

Laure (21 ans)	76 kg	26,93 kg/m ²	71 kg	25,16 kg/m ²	64 kg	22,68 kg/m ²
Lisa (51 ans) ³⁶⁹	78 kg	26,99 kg/m ²	69 kg	23,88 kg/m ²	Perdre, indéfini	Indéfini
Lucia (52 ans)	95 kg	32,87 kg/m ²	90 kg	31,14 kg/m ²	80 kg	27,68 kg/m ²
Maéva (25 ans)	67 kg	24,61 kg/m ²	65 kg	23,88 kg/m ²	55 kg	20,2 kg/m ²
Marylène (53 ans)	72 kg	27,1 kg/m ²	64 kg	24,09 kg/m ²	60 kg	22,58 kg/m ²
Mélanie (20 ans)	88 kg	33,53 kg/m ²	85 kg	32,39 kg/m ²	65 kg	24,77 kg/m ²
Nadine (52 ans)	64 kg	25 kg/m ²	61 kg	23,83 kg/m ²	60 kg	23,44 kg/m ²
Noémie (37 ans)	60 kg	21,26 kg/m ²	60 kg	21,26 kg/m ²	Stabilisation	21,26 kg/m ²
Patricia (62 ans)	59 kg	24,24 kg/m ²	59 kg	24,24 kg/m ²	Stabilisation	24,24 kg/m ²
Paula (63 ans)	76 kg	26,93 kg/m ²	76 kg	26,93 kg/m ²	Stabilisation	26,93 kg/m ²
Sabrina (37 ans)	64 kg	21,89 kg/m ²	64 kg	21,89 kg/m ²	Stabilisation	21,89 kg/m ²
Samia (33 ans)	60 kg	22,58 kg/m ²	60 kg	22,58 kg/m ²	53 kg	19,95 kg/m ²
Solange (44 ans)	90 kg	31,51 kg/m ²	88 kg	30,81 kg/m ²	75 kg	26,26 kg/m ²
Solène (44 ans)	84 kg	31,23 kg/m ²	64 kg	23,8 kg/m ²	Stabilisation	23,8 kg/m ²
Stéphanie (45 ans)	77 kg	27,28 kg/m ²	74 kg	26,22 kg/m ²	70 kg	24,8 kg/m ²
Sylvie (47 ans)	108 kg	37,37 kg/m ²	83 kg	28,72 kg/m ²	78 kg	26,99 kg/m ²

Source : Tableau réalisé par Louchet, C. à partir du discours des enquêtées.

Etabli à partir du discours de nos enquêtées - « moi, si je m'écouterais je voudrais encore perdre dix kilos » (Carole, 37 ans, aide-soignante), « j'aimerais en perdre quatre » (Stéphanie, 45 ans, psychologue) - ce tableau rend compte des résultats attendus par les pratiquantes à l'aune de ceux déjà obtenus. A sa lecture, on observe qu'une adhérente (1/27) espère prendre du poids³⁷⁰, huit (8/27) entendent le stabiliser et ainsi maintenir leur IMC, considéré comme conforme aux critères de santé³⁷¹. Parmi ces dernières, on retrouve les pratiquantes, à une exception près³⁷², n'aspirant pas à une quelconque perte de poids (6/8) au moment de leur inscription ainsi que deux clientes (2/8), Solène et Kathy, ayant déjà transformé leur silhouette en perdant respectivement quinze et vingt kilogrammes. Mais les attendus sanitaires ne sauraient contenter toutes les clientes. En effet, quand on analyse les objectifs des dix-huit adhérentes restantes, qui visent toutes à diminuer leur masse corporelle, on observe que la moitié d'entre elles se trouvent déjà en situation de normalité au regard de l'IMC (9/18³⁷³) - à l'image de Nadine (52 ans, enseignante) et Carla (27 ans, femmes au foyer) : « je m'étais fixée moins de soixante à la fin

³⁶⁹ Parallèlement à sa pratique dans un établissement *Curves*, elle a entrepris un régime alimentaire avec le groupe commercial *Weight Watchers*. Nous ne pouvons donc imputer sa perte de poids à la seule activité physique au sein de cette structure privée marchande dédiée à la forme.

³⁷⁰ Un objectif peu répandu selon les professionnel.le.s, qui ne concernerait que de très rares clientes.

³⁷¹ Exception faite des deux abonnées à la retraite qui demeurent en surpoids, dont nous avons déjà parlé précédemment dans ce chapitre.

³⁷² Lors de l'analyse du Tableau 25, nous avons considéré Julie (23 ans, assistante maternelle dans une crèche) parmi les pratiquantes ne souhaitant pas perdre du poids, conformément à ses déclarations qui étaient pour rappel les suivantes : « je suis dans mon poids idéal, en fait. Je suis dans l'IMC idéal. Je suis pas en sous poids, surpoids ». Si cette cliente ne poursuivait aucun objectif de perte de poids entre la date de son inscription et le jour de l'entretien, il va autrement dès lors qu'on l'interroge sur ces objectifs à venir comme le montre cette fois le Tableau 26.

³⁷³ Six demeurent en surpoids, trois sont considérées comme étant obèses.

des vacances », « *je suis fixée sur cinquante-cinq*³⁷⁴ ». Et elles n'excluent pas d'en attendre davantage une fois ce nouveau « palier » atteint, comme si l'action engagée sur leur apparence physique était insatiable. Peut-on imaginer qu'il en sera de même pour Carole (37 ans, aide-soignante), Katia (50 ans, technicienne en SAV), Laure (21 ans, étudiante), Stéphanie (45 ans, psychologue), ou encore Sylvie (comptable), en situation de surpoids au moment de l'entretien, qui aspirent toutes à entrer dans la catégorie de la normalité ? Cette question se pose légitimement quand on sait que ce ne sont pas seulement les femmes les plus corpulentes qui souhaitent se défaire des kilogrammes jugés superflus, mais aussi celles qui présentent une masse corporelle dite normale (Masson, 2004). Et cette problématique apparaît d'autant plus prégnante à la découverte des attentes de Laure, qui reconnaît, après avoir perdu dix kilos en quelques mois : « *j'étais bien quand même, (...) je me sentais bien [mais] je pouvais perdre encore à peu près deux kilos je pense, ça aurait été bien. Soixante-quatre ça aurait été bien* ». On comprend à travers cet exemple que même si les exigences initiales se voient comblées, elles finissent par se durcir au fil des résultats obtenus. Cela pourrait se résumer, selon Thibault de Saint Pol (2010), à la perception que ces pratiquantes ont de leur silhouette, qui se veut à la croisée de leur poids réel, idéal, du corps désirable et enfin du poids vécu. Mais pas seulement. Au sein des centres de remise en forme réservés aux femmes, cela tient également aux gérant.e.s et/ou encadrant.e.s. Nos observations participantes ont en effet permis de constater que les objectifs fixés n'étaient pas toujours définis par les clientes elles-mêmes. Elles sont parfois encouragées, sans en avoir émis le souhait, à perdre du poids d'une part ; une situation que nous avons d'ailleurs pu éprouver à nos dépens et ce, malgré un indice de masse corporelle en deçà de la normalité (cf. Chapitre 2) et/ou à renouveler leurs attentes en termes de pourcentage d'adiposité, de centimètres³⁷⁵, d'autre part. En procédant ainsi, ces organisations sportives ne se contentent pas d'agir sur les silhouettes qu'elles considèrent comme déviantes, elles produisent de la déviance à travers ses discours et ses dispositifs.

1.4.2. *De la maîtrise du muscle*

Outre la surveillance accrue du poids, c'est également le raffermissement des chairs qui est scruté (cf. Encadré 21).

³⁷⁴ Là encore, nous sommes en mesure de constater que les discours des gérant.e.s et encadrant.e.s, qui invitent leurs clientes à reléguer au second plan les chiffres apparaissant sur la balance, sont sans effet sur les pratiquantes engagées dans un processus de perte de poids.

³⁷⁵ Là encore, nous avons pu l'apprécier lors de notre engagement par corps sur le terrain (cf. Chapitre 2).

Encadré 21

Extraits d'entretiens avec les clientes des structures démixées

- Carla (27 ans, femme au foyer) : « *j'ai pas fini [sa transformation corporelle] faut me remuscler et tout ça en fait* », « *perdre mon ventre (...) qui retombait beaucoup* »,
- Laure (21 ans, étudiante) : « *et puis les fessiers pour la culotte de cheval et tout sur les côtés, c'était surtout ça que je voulais travailler* »,
- Carole (37 ans, aide-soignante) : « *bah moi, c'est beaucoup les cuisses et le ventre* »,
- Nadine (52 ans, enseignante) : « *au niveau du ventre qui est un peu distendu* », « *au niveau du bidon, heu, c'est pas encore bien (rires), c'est pas encore ça (...). J'essaye de chercher à faire un peu plus les abdos* »,
- Kathy (45 ans, directrice de crèche) : « *moi je lui demande juste de me faire faire des exercices qui effectivement peuvent au niveau abdos, au niveau, voilà, c'est-à-dire de pas vieillir trop mal* »,
- Patricia (62 ans, retraitée) : « *être plus, heu, plus musclée, plus, plus ferme* ».

A travers ces extraits d'entretien, on réalise que la fermeté doit primer sur la mollesse et plus encore quand il s'agit de la ceinture abdominale, des cuisses ou des fessiers. Pour y parvenir, les adhérentes peuvent compter sur les différents programmes ciblés « *100% femmes* » proposés par les salles de remise en forme unisexes, qui comme leurs homologues mixtes, se présentent « *comme le moyen réaliste pour améliorer ses performances, faire perdurer sa tonicité, lutter contre l'usure du corps, autrement dit soigner sa forme, mais aussi embellir sa silhouette* » (Meidani, 2007, 77 ; Remaury, 2000). Les structures *Lady Fitness*, *Lady Moving*, par exemple, orientent leurs propositions de services « *sur la tonification et la silhouette (...) pour redonner vie à votre corps, et vous garantir un corps regalbé, affiné et tonique*³⁷⁶ ». Dans les faits, cela implique de porter une attention toute particulière aux « *fesses fermes* », « *cuisses galbées* », à la « *perte de poids* » ou encore au « *ventre plat* »³⁷⁷. Il en va de même du côté de la franchise *Femmes en forme* qui offre à ses abonnées des « *circuits minceur* », des cours « *spécial cuisses* », « *spécial abdos-fessiers* » ou encore *Curves* comme l'explique Béatrice (28 ans, encadrante) au cours d'un entretien : « *on a le cours « bras*³⁷⁸ », (...) le cours « abdos » on fait

³⁷⁶ Cela est précisé sur le site de *Lady Moving* Soissons, <http://www.ladymoving.fr/380-club-fitness-soissons>, consulté le 22 mai 2015 à 17h33.

³⁷⁷ Ces différents programmes sont mentionnés sur le site internet de *Lady Fitness* Eaubonne situé dans le département du Val d'Oise, <http://eaubonne.ladyfitness.fr/>, consulté le 22 mai 2015 à 21h44. La fermeture du dernier établissement dans les Hauts-de-France nous a conduit à étendre nos recherches à d'autres structures.

³⁷⁸ Le cours est renseigné en ces termes sur le planning d'activités de la semaine, affiché à l'accueil du centre.

toute la ceinture abdominale même le dos, et le cours « jambes » (...). Voilà il faut raffermir la globalité » (cf. Photographies 29 et 30).

Photographies 29

Des cours pour sculpter son corps au gré de ses « envies »

8h45 Ouverture	8h45 Ouverture	ladymoving	8h45 Ouverture	8h45 Ouverture	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI
9h (circuit) 9h30 Stretching	9h (circuit)	Mince & tonique en 30'	9h (circuit)	9h (circuit)	20-mars 9H10-9H40	21-mars 10H00-10H30 JAMBES	22-mars 9h45-10h15	23-mars	24-mars 9H30-10H00 ABDOS
10H (circuit) 10h30 Taille/Abdos	10h Dos/Abdos 10h30 (circuit)		9h30 Fessiers	9h30 Dos Abdos 10H (circuit)				SPECIAL BRAS	
11h (circuit) 11h30 Stretching	11h Fessier/Abdoct 11h30 Abdos Killer	11H Circuit libre	11H Equi-Force	11H Stretching		12h00-13h00			
circuit de 12h à 13h30	circuit de 12h à 13h30	Step Renfo	Zumba	circuit de 12h à 13h30				SPECIAL BRAS	
Circuit libre	Circuit libre	Circuit Libre	Circuit Libre	Circuit Libre					
14h30(circuit)	14h30 (circuit)	14h30 (circuit)	14h30 (circuit)	14h30 (circuit)					
15h Abdos/Fessiers	15h Abdos Fessiers	15h Taille Hanche	15h Cardio Sculpt	15h Abdos Fessiers					
15h30 Stretching									
16h Circuit libre	16h Circuit libre	16h Circuit libre	16h Circuit libre	16h Circuit libre	18h15-18h45 sur inscription		17h45-18h15		18h45-19h15 sur inscription
17h15 (circuit)	17h15(circuit)	17h15(circuit)	17h15 Step	17h15 (circuit)				SPECIAL BRAS	
17h45	17h45 Zumba	17h45 Stretching	17h45 Body Sculpt	17h45 Body Sculpt					
18h30(circuit)	18h15 Fat-Burner	18h15 Abdos Killer	18h15 (circuit)	18h45 Easy Crossfit					
18h30(circuit)	19h Triceps/Abdos	18h45 Zumba	18h45 Easy Crossfit	18h45 Fat-Burner					
19h Cardio Boxe	19h30 Stretching	19h30 Stretching	19h15 Stretching						

Sources : Le premier programme est disponible sur le site internet d'un établissement *Lady Moving*³⁷⁹ quand le second a été photographié par Louchet, C. au sein d'une salle *Curves* enquêtée.

Photographies 30

Une programmation sur mesure au sein des centres *Lady Moving* et *Femmes en forme*

	lundi	Mardi	Mercredi	Jevi	Vendredi	Samedi
10h-11h	Circuit Training LENY		Yoga THOMAS	Circuit Training ANNE-SOPHIE	Circuit Training	Circuit Training
11h-12h	Yoga	Circuit Training	Yoga/Scalping	Yoga ANNE-SOPHIE		Yoga
12h-13h	Circuit Training 12h30-13h30 Audey	AUDEY		Circuit Training ANNE-SOPHIE	AUDEY	Fermeture : 12h00
13h-14h			Circuit Training	Circuit Training LENY	18h Pilates 18h30 Circuit Training	
14h-15h	Circuit Training					
15h-16h	Circuit Training ANNE-SOPHIE	Circuit Training ANNE-SOPHIE	Circuit Training MORGAN	Circuit Training LENY	Circuit Training ANNE-SOPHIE	
16h-17h		Spéciale course ANNE-SOPHIE	Circuit Training MORGAN	OH visible pas les bras sur le Circuit LENY	17h Pilates 17h30 Circuit Training ANNE-SOPHIE	
17h-18h						
18h-19h		MORGAN				
19h-20h				HEURE de ZUMBA ANNE-SOPHIE	19h30 ANNE-SOPHIE	
20h-21h		Pilates				

Sources : Programmes papier distribués aux adhérentes de deux établissements.

Outre la forme et les choix coloriels qui diffèrent d'une salle à l'autre, on ne peut que constater la similitude des zones corporelles à travailler qui se concentrent prioritairement sur la ceinture abdominale, la partie inférieure ou supérieure du corps. Cela tiendrait notamment au fait que la graisse se concentre prioritairement sur les fessiers et les cuisses, chez les femmes du moins, comme le précise Nadine Pomarède (2013) en s'attachant à étudier la cellulite. Dès lors, peu importe le terme employé par ces centres, « cours », « programmes » ou « circuits », les

³⁷⁹ Les programmes d'activités des structures *Lady Moving* situées dans ce qui constituait la région Picardie n'étant pas disponible sur leur site internet, d'autres recherches ont été envisagées : <https://www.facebook.com/ladymovingnice06/photos/pb.683307365050315.-2207520000.1432598386./684212641626454/?type=3&theater> et <https://www.facebook.com/ladymovingnice06/photos/pb.683307365050315.-2207520000.1432678295./821608684553515/?type=3&theater>, consultés le 26 mai 2015 à 02h03.

professionnel.le.s de la forme parcellisent le corps de leurs clientes à l'extrême en les invitant, comme l'étaient déjà les lectrices du Magazine Vogue en septembre 1929, à être « *le sculpteur de [leur] silhouette* » (Vigarello, 2012a). Et, au vu des attentes normatives en matière de beauté, cela passe en *sus* de la perte de poids par le renforcement musculaire. Il s'agit bien depuis les années quatre-vingts d'agir sur la graisse et la mollesse stigmatisées pour leur préférer le muscle et la fermeté (Louveau, 2007 ; Darmon, 2006). Les femmes ne sont donc plus seulement contraintes de jouer de leur apparence par le biais d'artifices réversibles et superficiels tels que le maquillage, la coiffure ou encore le vêtement, elles doivent s'exercer pour tenter de modifier durablement et profondément leur silhouette (Queval, 2008 ; De Saint Pol, 2010), ou plutôt certaines parties. L'étude menée par Faustine Régnier (2017) sur le traitement réservé au corps dans la presse féminine de 1934 à 2010, montre que la perception globale de ce dernier tend à s'effacer ces dix dernières années au profit d'une intervention plus ciblée sur les cuisses, les fesses et le ventre. Et c'est justement cette même parcellisation corporelle que l'on retrouve dans la composition des cours qui leur sont destinés³⁸⁰.

Mais là encore, les pratiquantes ne montrent aucune résistance, bien au contraire puisqu'elles font de même en se focalisant sur certaines parties de leur anatomie jugées plus disgracieuses que d'autres. Noémie (37 ans, employée administratif) explique « *souhaite[r] travailler le ventre* », tout comme Lisa (51 ans, commerciale) « *en fait, je voulais plus que mon ventre pende !* », Solange (44 ans, assistante maternelle) « *perdre mes quatre enfants (rires), remuscler ma sangle abdominale* ». Ciblée, dépréciée voire dénigrée, cette zone apparaît particulièrement problématique pour nombre de femmes interviewées et plus encore depuis leur maternité comme le précise Jennifer (30 ans, encadrante) : « *bah un club de femmes, donc après des grossesses et tout ça souvent au niveau du ventre* » ou les pratiquantes elles-mêmes (cf. Encadré 22).

Encadré 22

Extraits d'entretiens avec les adhérentes des salles réservées aux femmes

- Lisa (51 ans, commerciale) : « *j'ai eu un énorme bébé il y a vingt ans. Y a vingt ans, j'ai eu un bébé de quatre kilos neuf avec une prise de, de neuf kilos. Donc j'avais tout dans le ventre, heu, j'ai les muscles, enfin, voilà, j'ai l'élastine qui est foutu, enfin voilà, j'ai un ventre qui ressemble pas à grand-chose* »,

³⁸⁰ Et selon Laure (21 ans, étudiante), il en serait de même en-dehors de toute programmation « *ils savent bien quels endroits les femmes veulent travailler, comme les culottes de cheval ou des trucs comme ça. Du coup, ils font exprès de travailler ces endroits-là en fait. Ils s'adaptent vraiment au fait que ce soient des femmes qui sont là* ».

- Sylvie (47 ans, comptable) : « *j'ai eu trois grossesses avec un ventre très détendu parce que j'ai eu des gros bébés de quatre kilos et demi (...) plus le poids bah j'étais vraiment en obésité morbide, tout ça, donc la peau elle est très relâchée, malgré le sport* »,
- Solange (44 ans, assistante maternelle) : « *j'ai vraiment envie que ça travaille (...) pour pouvoir retendre heu tout ce que j'ai perdu avec l'allaitement* »,
- Samia (33 ans, femme au foyer) : « *moi ce que je voulais c'était vraiment, au niveau de la ceinture abdominale, c'est une catastrophe, vous voyez ? Ça me fait une bouée (...). J'ai pas fait attention étant enceinte, tout simplement. J'ai arrêté le sport d'un coup heu, je suis restée à la maison, enfin j'ai fait n'importe quoi [et] j'ai beaucoup, énormément grossi. Alors voilà, au niveau de la ceinture abdominale je cherche à perdre et puis à me remuscler* ».

En exprimant leur volonté d'agir prioritairement sur la ceinture abdominale en suivant les cours dédiés à cet effet et en intensifiant leurs efforts sur certains appareils présents sur le *circuit-training*, ces pratiquantes montrent également à quel point la maternité s'est avérée décisive dans ce que Marion Braizaz (2019) nomme « *le parcours d'apparence des femmes* ». Au cours de ce dernier, le corps de la femme se voit soumis à certains bouleversements - tels qu'une prise de poids ou un changement de constitution corporelle – directement liés à l'entrée dans l'adolescence, à la survenue d'une ou plusieurs grossesses ou encore à la ménopause (Audet, Baillot et Vibarel-Rebot, 2016³⁸¹) et cela n'est plus à démontrer. Nos enquêtées ne dérogent pas à la règle ; leurs grossesses n'ont pas été sans conséquences sur leur corps, elles ont laissé des traces qu'il convient, selon leurs dires, d'effacer ou du moins d'atténuer par la pratique d'une activité d'entretien corporel. L'idée de recouvrer leur corps d'avant ou de l'approcher n'est pas nouvelle, nombreuses sont celles à s'être fixées cet objectif quelques mois après la naissance de leur enfant, sans jamais la traduire en actes. Les représentations et attentes sociales entourant l'entrée dans le rôle de mère ne sont probablement pas étrangères à cette expectative. Les femmes se voient dès lors confrontées à une double injonction, les ramenant à leur identité genrée, celle historique de se consacrer prioritairement à leur enfant et celle de conserver des attributs de la beauté féminine, féminité qui plus est doit être en adéquation avec l'image que l'on se fait d'une mère de famille (Braizaz, 2019). Il n'est donc pas rare de les voir réinvestir plus tardivement les pratiques ayant trait au soin et à l'entretien corporel, le temps que les

³⁸¹ Les auteures ont questionné la notion de stigmatisation en s'attachant à étudier l'activité physique des personnes en situation d'obésité.

enfants grandissent. Il semblerait justement que plusieurs de nos enquêtées se soient davantage consacrées à leur rôle de mère, c'est le cas de Nathalie (37 ans, employée administratif), « *c'est vraiment difficile à caser dans un emploi du temps de, quand on travaille et qu'on a des enfants (rires)* », de Solange (44 ans, assistante maternelle) ou de Samia (33 ans, femme au foyer) qui expliquent avoir d'abord « *vécu pour [leurs] enfants* », reléguant au second plan l'attention qu'elles pouvaient porter à leur apparence physique.

Mais les préoccupations esthétiques de ces femmes, mères de famille, ne peuvent à elles seules rendre compte de l'ensemble des objectifs poursuivis par les pratiquantes inscrites au sein des centres de remise en forme démixés. Au cours de nos entretiens, nous avons pu constater que les membres inférieurs faisaient également l'objet d'une attention particulière. Pour Maéva (25 ans, pharmacienne), il s'agit avant tout de travailler « *plutôt le bas du corps et au niveau des hanches* », Mélanie (20 ans, étudiante) se focalise sur « *[l]es jambes parce que c'est là où j'ai le plus gros complexe, parce que j'ai des cuisses heu... Enfin j'aime pas mes cuisses ni mes fesses, donc c'est vrai que j'essaye de vraiment travailler ça* », Janice (42 ans, sans emploi en cours de création d'une entreprise) cherche quant à elle à « *[raffermir] plus les cuisses* ».

Mais même si les objectifs des unes et des autres diffèrent, toutes s'accordent sur la nécessité d'intervenir sur leur corps en vue de l'affiner, de le raffermir, en somme de le sculpter pour l'embellir. Dès lors, ce ne sont plus seulement les effets de l'âge, de la maternité ou encore de la morphologie qui influent sur les pratiques esthétisantes des femmes mais bien un effet de genre, tendant à confirmer que l'« *'être au féminin', c'est-à-dire ce qui est considéré comme faisant la femme, est [aujourd'hui encore] souvent réduit à 'l'être perçu'* » (Louveau, 2007, 67). De plus, la prise en considération de cet aspect permet d'éclairer autrement les choix entrepris par ces femmes, de travailler certaines parties de leur anatomie plutôt que d'autres. Car si le raffermissement musculaire apparaît comme nécessaire pour se conformer à l'idéal de beauté, il se doit d'être contrôlé dans des proportions jugées harmonieuses afin de coïncider aux lois de l'esthétique corporelle (Vigarello, 2005) attribuées à la féminité. En les enfreignant, la possibilité demeure dans le sens où ces normes sont avant tout implicites comme le rappelle Jean-Claude Kaufmann (2005), les pratiquantes s'exposeraient au jugement d'autrui et à un éventuel rejet social, à l'image des femmes culturistes étudiées par Peggy Roussel et Jean Griffet (2001 ; 2004). Par leur pratique, le développement et l'acquisition d'une musculature

volumineuse, qui se veulent être des emblèmes de la masculinité, leurs enquêtes transgressent³⁸² les normes de genre.

A travers ces analyses, on comprend que contrairement à ce qui est avancé par les promoteur.rice.s du corps et de la forme, les complexes des pratiquantes ne disparaissent pas totalement dans ces entre-femmes (cf. Chapitre 4). Pire, les professionnel.le.s s'appuient sur ces derniers pour légitimer leurs procédures visant à diagnostiquer les corps de leurs clientes, les catégoriser avant de les mettre à l'épreuve par le biais de leurs programmes de cours et ce, à l'aune du modèle corporel à atteindre. Ce faisant, il.elle.s confortent leurs adhérentes dans leurs entreprises de transformation corporelle, quels que soient les moyens employés pour y parvenir, perpétuant par la même occasion les injonctions normalisatrices en matière de beauté.

Pourtant, si on se réfère à l'enquête menée conjointement par le Ministère en charge des Sports et l'Institut National du Sport, de l'Expertise et de la Performance en 2010 et aux raisons ayant conduit les français.e.s à s'engager dans une pratique physique et/ou sportive, on constate que cette finalité est loin d'être la seule et encore moins la plus communément citée par les participant.e.s. La recherche d'un état de santé, de bien-être puis de convivialité semble privilégiée par les pratiquant.e.s interrogé.e.s et ce, avant le contact avec la nature ou encore les motivations dites physiques. Cette variété dans les objectifs poursuivis par les sportifs et les sportives n'est cependant jamais considérée au sein des centres de remise en forme unisexes enquêtés. Seule la performance esthétique semble compter. En ancrant leurs propositions de services dans le domaine de la santé, une franchise entend néanmoins se distinguer des pratiques précédemment décrites. C'est sur celle-ci que nous allons désormais nous concentrer pour refermer ce cinquième chapitre.

2. Curves, la promesse d'une pratique hygiénique plus qu'esthétique

En 1948, la santé devient « *un état complet de bien-être physique, mental et social* » (OMS). Cette définition participe à sa « démedicalisation » (Travaillot, 1998), à l'élargissement des champs institutionnels et/ou professionnels qui lui sont consacrés et contribue à l'ouverture des possibles quant à l'incrimination, la responsabilisation des individus eux-mêmes (Fassin³⁸³,

³⁸² Au cours de leurs publications, les auteur.e.s démontrent en effet la manière dont sont perçues les femmes culturistes en-dehors de ce milieu et en font donc état. De plus, il.elle.s proposent toute une littérature ayant étayé cette question.

³⁸³ Lors de son analyse, Didier Fassin revient sur le glissement opéré au cours de l'histoire en matière de politique

1996). Lors de la première Conférence internationale pour la promotion de la santé³⁸⁴, qui s'est tenue à Ottawa entre les 17 et 21 novembre 1986, une Charte a d'ailleurs fait état de la nécessité d'impliquer la population dans l'entreprise de leur propre santé sous l'égide des instances dirigeantes. En ce sens, elle invite les Etats signataires à « *donner aux individus davantage de maîtrise de leur propre santé et davantage de moyens de l'améliorer (...). Il est crucial de permettre aux gens de faire face à tous les stades de leur vie et à se préparer à affronter les traumatismes et les maladies chroniques* » (OMS, 1986). Lancé le 31 janvier 2001 par le ministère de la Santé, le Plan National Nutrition Santé (PNNS) s'inscrit justement dans une politique préventive de santé publique globale dont la finalité n'est pas seulement de prévenir, mais d'améliorer la santé des français à travers une action directe sur l'alimentation, l'un de ses déterminants majeurs (Honta et Haschar-Noé, 2011). Et fait original, cette dernière englobe la nutrition et l'activité physique (Hercberg et Tallec, 2000). Par leurs prescriptions autour des notions du « *bien manger* » et « *bien bouger* », les campagnes de prévention et d'information qui en découlent, au niveau national, visent toutes à éduquer les individus afin de lutter contre la sédentarité³⁸⁵, considérée comme « *une conduite déviante et pathogène* » (Génolini et Clément, 2010, 146), et tentent d'agir sur l'intériorisation de ces mêmes normes par le biais d'un processus de responsabilisation individuelle (Berlivet³⁸⁶, 2004). Cette politique publique s'est vue renforcer d'une part, par l'appareil législatif, notamment avec les lois n°2015-1776 du 28 décembre 2015³⁸⁷ relative à l'adaptation de la société au vieillissement et n°2016-41 du 26 janvier 2016³⁸⁸ de modernisation de notre système de santé et d'autre part, par la « *stratégie sur l'activité physique pour la région européenne* » développée par l'OMS en 2016³⁸⁹. Ces initiatives témoignent de l'importance accordée aujourd'hui à la notion de l'effort et plus globalement à la problématique du « *bien bouger* », érigeant même l'exercice physique en

de santé, une politique qui rend désormais chacun responsable de son propre devenir en matière de santé.

³⁸⁴ Huit autres s'en sont suivies. La dernière en date s'est tenue à Shanghai en novembre 2016.

³⁸⁵ Mais Georges Vigarello (1999), en s'intéressant aux pratiques de santé, a déjà montré que cette politique préventive reposait avant tout sur l'aspect éducationnel. En ce sens, l'Etat se doit de privilégier l'angle pédagogique au répressif.

³⁸⁶ En s'attachant à étudier les ressorts mobilisés quant à la construction des campagnes de prévention en matière de santé, Luc Berlivet (2004) montre qu'elles sont l'expression d'une « biopolitique », d'un « biopouvoir ».

³⁸⁷ Le texte de loi est disponible sur le site internet Légifrance en suivant le lien ci-après : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000031700731>, consulté le 14 avril 2020 à 10h30.

³⁸⁸ Le texte de loi est disponible sur le site internet Légifrance à l'adresse suivante : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?sessionId=B836FA38E03F9FFB5CB71077A515FCD8.tplgfr37s2?cidTexte=JORFTEXT000031912641&categorieLien=id>, consulté le 14 avril 2020 à 10h26.

³⁸⁹ Ce plan de prévention est disponible sur le site de cette même organisation à l'adresse suivante : <http://www.euro.who.int/fr/publications/abstracts/physical-activity-strategy-for-the-who-european-region-20162025>, consulté le 13 avril 2019 à 19h28.

« facteur déterminant de la santé et du bien-être³⁹⁰ ». Les « groupes producteurs de toute la technologie d'amaigrissement par le sport en salle » (Nahoum-grappe, 2004, 38) l'ont bien compris ; ils s'engouffrent voire profitent de, cette mouvance. Plus encore à partir de 2001, ils se définissent auprès de leurs client.e.s comme des prestataires d'activités hygiénistes, favorisant la santé physique et psychologique³⁹¹. En ce sens, la franchise *Curves* se veut être un laboratoire d'étude heuristique dans le sens où elle est tout d'abord l'enseigne la plus représentée sur ce segment de marché tant en France métropolitaine que dans la région des Hauts-de-France³⁹². Elle a été, ensuite, la première à développer à destination exclusive des femmes « des séances de remise en forme de 30 minutes³⁹³ », encourageant les franchises concurrentes à développer par la suite des stratégies mimétiques en matière de propositions de services. Enfin, les notions de santé et de bien-être sont fréquemment convoquées dans leurs supports communicationnels. Autant d'éléments qui ont présidé au choix d'analyser spécifiquement les pratiques des établissements appartenant à ce réseau franchisé.

2.1. Une publicité pour promouvoir la santé

Bien que récent en France, le concept *Curves* a été créé en 1992 par Gary Heavin, médecin de profession et sa femme, Diane Heavin, après qu'il.elle.s aient constaté « que ses patientes ne faisaient pas de sport, qu'elles [n']allaient pas dans les clubs parce qu'il y avait des hommes³⁹⁴ ». Suite au succès remporté, à Harlingen aux Etats-Unis, ville dans laquelle le premier établissement a vu le jour, de nombreuses ouvertures ont suivi. Et aujourd'hui, pas moins de 4 500 salles *Curves* seraient en activité à travers le monde³⁹⁵. Cette franchise s'est démarquée de ses concurrents mixtes et unisexes en se définissant davantage comme un prestataire d'activités d'entretien corporel visant la santé. Un positionnement renforcé depuis son rachat, en 2012, par l'entreprise *North Castle Partners*, présentée comme « une société d'investissement privée spécialisée dans le secteur de la santé, du bien-être et de la vie

³⁹⁰ Pour reprendre la formule consacrée par l'OMS.

³⁹¹ Depuis 2012, date à laquelle la ville de Strasbourg a lancé son programme « Sport-santé sur ordonnance », qui encourage « la pratique d'une activité physique régulière, modérée et adaptée à l'état de santé des malades chroniques », les organisations privées marchandes, tels les centres dits de remise en forme, se mobilisent pour tenter de répondre à ce programme. <http://www.strasbourg.eu/vie-quotidienne/solidarites-sante/sante/sport-sante-sur-ordonnance-a-strasbourg>, consulté le 5 novembre 2015 à 09h25.

³⁹² Lors de notre recensement en 2015, elle représentait plus de la moitié (86/150) des salles strictement réservées aux femmes en activité dans l'hexagone.

³⁹³ Comme cela est mentionné sur leur site <http://www.curves.eu/fr/franchise>, consulté le 31 octobre 2015 à 02h24.

³⁹⁴ Des précisions qui ont été apportées par une gérante lors de la présentation du concept *Curves* et de ses origines.

³⁹⁵ A l'heure où nous avons effectué notre recensement au niveau national, la franchise déclarait, sur son site internet, 4 500 établissements en activité répartis dans soixante-seize pays.

*active*³⁹⁶ ». Que cela tienne du *story telling* ou de la réalité, de nombreux éléments - analysés à travers notre étude sur leurs supports communicationnels (cf. Chapitre 3), nos observations (non) participantes au sein de plusieurs établissements ou encore des entretiens semi-directifs menés avec les représentant.e.s de ces institutions (gérant.e.s et encadrant.e.s) ainsi que des clientes - entretiennent l'idée selon laquelle les centres de remise en forme *Curves* s'apparentent davantage à des promoteurs de santé que de beauté.

Dès lors, adhérer à l'une de leurs structures aurait nombre de vertus. Tout d'abord, elle aiderait les femmes « *à se sentir bien et [à] construire un avenir plus sain* », à jouir « *d'une vie plus heureuse et plus saine* », elle améliorerait leur « *qualité de vie* » ainsi que celle de leur entourage, en contribuant également « *à une vie meilleure pour leurs enfants et leurs familles* ». A travers ce discours, on constate en premier lieu que la femme n'est pas seulement perçue en tant que telle, elle est pensée dans son rôle de mère duquel découle son implication dans les activités de soin³⁹⁷, la réduisant ainsi à son appartenance genrée et à ses qualités prétendument associées. Mais c'est également les bénéfices sanitaires qui sont mis en avant par l'emploi des termes « *sain - saine* » ou des mentions suivantes : la réalisation de leur *circuit-training* concourrait « *à la stabilité du poids, à la bonne santé des articulations, muscles et os ; aide[rait] à soulager l'arthrite et rédui[rait] les troubles anxieux et les symptômes de la dépression* » et aiderait « *à prévenir les maladies chroniques et les maladies en général*³⁹⁸ ». Même si ce n'est pas présenté ainsi, les effets listés ci-avant ne sont pas propres à leur séance de 30 minutes ni aux appareils utilisés. Ils relèvent d'emprunts au domaine scientifique qui pointe les bienfaits de la pratique physique sur la santé et qui a donné lieu à ce que l'on appelle communément le sport-santé. Une mouvance dont se sont emparées, dès la fin des années 80, les structures de remise en forme mixtes en proposant des cours moins rythmés et plus doux, tel que le yoga, en vue de répondre aux attentes d'une partie de leur clientèle orientées vers le bien-être, la préservation et l'entretien de la santé (Travaillot, 1998).

Mais au-delà de cette précision, qu'il convenait d'apporter dans le cadre de ce travail, les supports publicitaires des centres *Curves* mettent bel et bien en scène un produit fitness qui serait au service de la santé de toutes les femmes quels que soient leur âge, leur morphologie, leur condition physique. Les publications (cf. Photographies 31) figurant sur leur fil d'actualités en font d'ailleurs la démonstration.

³⁹⁶ Des informations qui figurent sur la page d'accueil du site internet de la franchise *Curves*.

³⁹⁷ Au sein de la sphère familiale et dans une autre mesure professionnelle, le travail du *care* est traditionnellement associé aux femmes (Molinier, 2014).

³⁹⁸ Ces informations sont diffusées aux clientes et potentielles clientes par le biais d'imprimés commerciaux, de cartons d'invitation, de carte de parrainage, etc.

Photographies 31

Des articles pour promouvoir les bienfaits des services *Curves* sur la santé



Sources : Publications apparaissant sur le site internet de la franchise *Curves*.

Celle diffusée à l'occasion de la fête des mères apparaît particulièrement éloquente en ce sens. L'intitulé de l'article ne suggère pas d'offrir un abonnement au sein d'un établissement *Curves* mais bien « *de la Santé* » ; un sous-entendu qui ne laisse planer aucun doute quant aux bienfaits procurés. Les arguments avancés dans le corps du texte s'inscrivent dans la même veine : « *en prenant soin de son corps à travers une activité physique régulière, votre maman obtiendra plus d'énergie au quotidien, renforcera ses défenses immunitaires et augmentera son métabolisme* », « *bien que nous puissions considérer l'exercice physique comme un médicament* », etc. Ces extraits, tout comme les nombreuses occurrences à la santé (n=6), à l'équilibre (n=3), au bien-être (n=3), au soin (n=2) et au mode de vie sain (n=2), témoignent de l'inscription de la franchise dans une démarche sanitaire. En communiquant ainsi, les institutions *Curves* entérinent l'idée selon laquelle il ne s'agit plus d'entretenir son capital beauté mais bien son capital santé.

Plusieurs gérant.e.s, encadrant.e.s et/ou commerciaux.les perpétuent cette volonté en se faisant le relai de messages de prévention à l'occasion de la journée mondiale du diabète³⁹⁹, comme l'illustrent les publications suivantes.

³⁹⁹ Il ne s'agit pas d'un cas isolé. D'autres événements liés à la santé font l'objet d'une communication sur les pages *Facebook* de différentes structures, à l'image de la journée mondiale de la santé mentale.

Photographies 32

La prévention à la une



Sources : Publications mises en ligne sur les réseaux sociaux par les structures *Curves* situées à Douai et Béthune.

Présentés ainsi, les centres *Curves* s'approprient les stratégies communicationnelles mobilisées lors de campagnes d'éducation à la santé, étudiées par Luc Berlivet (1997, 107), qui se veulent « *positive[s]* » et « *libératrice[s]* » en s'inscrivant dans « *une démarche permettant aux populations de rompre avec des dépendances qui leur interdisent d'accéder à un plus haut niveau de bien-être* ». Plus qu'une journée d'information ou qu'un message préventif, plusieurs établissements vont jusqu'à mesurer le taux de glycémie (cf. Photographies 32) de leurs abonnées à l'aide d'un auto-piqueur, un dispositif médical commercialisé sous le nom *Accu-Check safe-t-pro plus*. Ce type d'appareil analyse le volume de glucose circulant dans l'organisme du sujet à un instant t, en prélevant une goutte de sang dans le doigt. Si nous ne disposons d'aucune compétence permettant d'attester de la fiabilité des tests effectués, nous savons en revanche que le volume de glucose fluctue au cours de la journée et qu'il est influencé par différents facteurs environnementaux telles que l'alimentation ou encore l'activité physique (Nguyen-Vaillant, 2010). Des paramètres autrement importants à considérer dans la réalisation du diagnostic dont on a trouvé nulle trace dans les supports de formation se rapportant à cette pathologie⁴⁰⁰. En répertoriant un certain nombre de maladies⁴⁰¹, ils proposent pourtant des contenus informationnels afin que chaque professionnel le puisse se familiariser avec le diabète de type 1 et 2 à travers leur définition, leurs symptômes ainsi que leurs causes. Cette pathologie nécessitant une « *attention particulière*⁴⁰² », selon leurs dires, le groupe *Curves* délivre différentes « *directives* » relatives à l'encadrement de ce public dans le cadre de leur pratique physique ; sont alors préconisés un « *exercice de faible intensité* », à « *faible impact* », trois à

⁴⁰⁰ Il convient néanmoins de rappeler que ces tests ne relèvent pas d'une initiative de la franchise mais de certain.e.s responsables d'établissements, ce qui pourrait expliquer pourquoi cette information n'est pas mentionnée.

⁴⁰¹ Si un aperçu des informations a trouvé place ici, éclairant notre exemple sur le diabète, nous développerons cet aspect plus loin dans ce Chapitre 5.

⁴⁰² Nous reprenons ici l'expression employée dans les supports de formation de la franchise.

cinq fois par semaine et ce, quel que soit le type de diabète. Une régularité qui favoriserait le maintien d'un « *modèle régulier de régime alimentaire et de dosage d'insuline* » pour les individus souffrant d'un diabète de type 1 et qui aiderait « *les tissus à réacquérir la sensibilité à l'insuline* », pour ceux appartenant à la seconde catégorie.

D'autres structures, quant à elles, s'inscrivent dans la lutte contre l'obésité. Cette maladie, définie par l'OMS (2003⁴⁰³) comme étant une accumulation d'un excédent de masse grasse dans l'organisme pouvant conduire à des effets néfastes sur la santé, est devenue un mal à combattre. Sa découverte comme sa définition ne sont pas nouvelles, déjà en 1924 le Larousse médical abordait cette question en lui consacrant un article à part entière, son institutionnalisation et sa reconnaissance en tant que question de santé publique ont été plus tardives⁴⁰⁴ (Poulain, 2009), comme ont pu l'être la standardisation de sa mesure et l'universalisation des normes qui l'entoure (Vigarello, 2013a). Le processus de politisation⁴⁰⁵ enclenché, l'obésité n'est plus seulement une problématique médicale mais devient une problématique sociale. En s'emparant de cet objet de recherche, Sylvain Ferez et Julie Thomas (2014, 218) ont pu le constater. Pour eux, la médicalisation de l'obésité implique « *une extension des procédures et des modes de gestion médicalisés des corps [mais aussi] une perte du monopole de la médecine et des professions de santé (elles-mêmes de plus en plus éclatées) sur la maladie à mesure que celle-ci envahit l'espace social* ». Les centres de remise en forme *Curves* s'inscrivent dans cette mouvance⁴⁰⁶ et se présentent comme des acteurs privilégiés de la perte de poids en se réappropriant les recommandations des pouvoirs publics - qui font de la modification des comportements ayant trait à l'alimentation et à l'activité physique une priorité (Jacolin-Nackaerts et Jean-Paul Clément, 2008) - comme l'illustre la [Photographie 33](#) et le commentaire lui étant associé.

⁴⁰³ Dans son rapport portant sur l'obésité ainsi que sur la prévention et la prise en charge de ce qu'elle qualifie d'épidémie mondiale.

⁴⁰⁴ Ce n'est qu'au cours des années 1990 que l'obésité a acquis ce nouveau « statut ».

⁴⁰⁵ Jean-Pierre Poulain (2009, 71) décrit le processus de politisation comme étant « *une prise en charge par les acteurs de la sphère politique d'une question donnée, qui dès lors devient l'objet de débats, de projets de gestions à l'échelle politico-administrative* ». Les plans de prévention spécifiques à l'obésité, les décrets sur les messages publicitaires en sont des exemples parmi tant d'autres.

⁴⁰⁶ Certain.e.s responsables vont même jusqu'à promouvoir les bienfaits de leurs propositions de services auprès des médecins, pharmaciens et personnels hospitaliers afin que ces dernier.e.s recommandent à leurs patientes de pratiquer une activité physique au sein d'un établissement appartenant à la franchise *Curves*.

Photographie 33

Se saisir de la problématique de l'obésité



Source : Cette photographie a été publiée par le centre *Curves*, situé à Douai.

L'intérêt de diminuer la masse corporelle chez les sujets souffrant d'obésité n'est plus à démontrer, il permettrait selon la Haute Autorité de Santé (HAS), même si elle est de l'ordre de 5 à 10%, d'atténuer les comorbidités lui étant associées. Responsable de nombreuses pathologies ou identifiée comme un facteur de risque supplémentaire, l'obésité n'est en effet pas sans conséquences sur la santé des individus (Marcellini, Perera, Rodhain et Férez, 2016), elle multiplierait par trois ou quatre les chances de développer de l'hypertension, par quatre à neuf l'apparition du diabète et augmenterait de manière « quasi linéaire » la mortalité (Vigarello, 2013a). Dès lors, agir sur la sévérité de l'obésité par le biais d'une perte de poids permettrait de réduire « *le risque d'apparition du diabète de type 2 ; (...) le handicap lié à l'arthrose ; (...) la mortalité toutes causes confondues, [et] améliore[rait] les capacités respiratoires des patients avec ou sans asthme* » (HAS, 2011, 2). Mais le message délivré par cet établissement va plus loin. Pour les gérant.e.s et encadrant.e.s y exerçant leur activité professionnelle, l'association de l'activité physique à leur programme alimentaire permettrait « *de sortir de l'obésité* ». Nul doute que celui-ci trouve écho auprès des femmes, quand on sait qu'elles sont les plus représentées parmi les cas les plus sévères (De Saint Pol, 2010), que la région des Hauts-de-France compte parmi ses habitants 19,9% d'individus en situation d'obésité⁴⁰⁷, que près d'un cinquième de la population vit sous le seuil de pauvreté sur ce même territoire⁴⁰⁸ et qu'une prévalence à l'obésité existe dès lors que l'on est une femme issue de milieux modestes (HAS, 2011⁴⁰⁹ ; Grossetête, 2015 ; Vandebroek, 2015). Si on ajoute à ces

⁴⁰⁷ Ces données sont disponibles dans un document réalisé par l'Agence Régionale de Santé (ARS) des Hauts-de-France (2018). *Surpoids, obésité et insuffisance pondérale. Nutrition santé dans les Hauts-de-France*, et mettent au jour « un clivage géographique dans la mesure où cet état de santé se rencontre en premier lieu dans les départements désindustrialisés et paupérisés du Nord » (Grossetête, 2015, 72).

⁴⁰⁸ Lors de sa publication du 15 mai 2018, l'INSEE plaçait les Hauts-de-France au deuxième rang des régions les plus pauvres de l'hexagone.

⁴⁰⁹ Le rapport de la HAS est disponible en ligne en suivant le lien ci-contre : https://www.has-sante.fr/upload/docs/application/pdf/2011-09/2011_09_30_obesite_adulte_argumentaire.pdf, consulté le 14 avril

données chiffrées, les effets de la discrimination sociale à leur encontre du fait de leur non conformation aux normes dominantes, on comprend que les arguments avancés par les établissements *Curves* puissent convaincre. Car comme « *l'obésité se voit, dépasse et accroche le regard* », elle apparaît plus propice aux expériences stigmatisantes, comparativement au surpoids (Carof, 2019, 287). En s'attachant à décrire ces dernières, qui revêtent différentes formes, Solenn Carof - revient sur les remarques émises par les proches ou des inconnus dans l'espace public quant à la nécessité d'entreprendre un régime ou de recourir à la chirurgie, sur les insultes à répétition ou encore sur les gestes qu'elle qualifie d'« *agressifs* » - en fait la démonstration. Un constat qui est, selon elle, plus prégnant encore quand on est une femme.

Pour renforcer le discours, cet établissement appartenant à l'enseigne *Curves* a agrémenté son message d'une illustration pouvant s'apparenter à une consultation médicale, la suggestion tient à la tenue vestimentaire portée par la femme la plus à gauche qui ressemble à s'y méprendre aux blouses que portent certain.e.s professionnel.le.s de santé. Un choix qui confère une forme de scientificité au diagnostic mis en image et réalisé au sein des salles *Curves*. Pour asseoir leur légitimité et leur compétence en la matière, certain.e.s gérant.e.s et encadrant.e.s s'appuient également sur l'accroche narrative de l'enseigne comme l'explique Annie (52 ans, agent d'entretien), une pratiquante interviewée :

« le concept, ça il [un des membres du personnel] me l'avait expliqué, (...) ça a été créé au départ pour des personnes en obésité morbide. (...) C'était un choix médical, pour dire, que ben les gens malheureusement aux Etats-Unis, y a énormément de personnes en obésité morbide. Bah le fait de créer ce concept de salle, avec une machine qui travaille un muscle différent, trente secondes, ils ont calculé que trente secondes, t'en as assez pour user ton muscle, et multiplier par autant. Donc ouais, après en connaissant tout ça, j'ai adhéré encore plus ».

En plaçant la notion de santé au centre de leur stratégie communicationnelle, les centres de remise en forme réservés aux femmes *Curves* s'imposent comme des promoteurs de la forme à des fins sanitaires plus qu'esthétiques. Une orientation originale au regard de leurs concurrents mixtes et non-mixtes qui répond cependant à une dynamique sociale encline au développement du sport santé. Peut-on imaginer, dès lors, que la franchise se soit engagée pleinement dans la lutte contre la sédentarité et la promotion de la santé des femmes plutôt que de la beauté ?

2.2. Des professionnel.le.s formé.e.s et certifié.e.s en conséquence ?

En-dehors des supports communicationnels donnés à voir aux abonnées et potentielles clientes, la franchise se présente en interne⁴¹⁰ telle une institution participant à la préservation ou l'amélioration du capital santé de ses clientes.

2.2.1. *Penser le pathologique pour sécuriser et optimiser la pratique*

En consacrant une vingtaine de pages d'« *informations de référence aux populations spéciales*⁴¹¹ », entendues comme étant destinées aux adhérentes suivies médicalement pour une ou plusieurs pathologies⁴¹², leurs supports de formation témoignent également de leur engagement en ce sens. Dès les premières lignes, il est rappelé aux professionnel.le.s de la forme d'agir « *en étroite collaboration avec les médecins [... car] l'objectif visé est de travailler en partenariat avec [ces derniers] pour améliorer la santé et le bien-être des adhérentes*⁴¹³ ». Une volonté suivie d'effet puisque nombre d'entre eux ouvrent leur établissement aux personnels soignants au sens large afin de leur faire découvrir voire essayer gratuitement le temps d'une séance leurs propositions de services. Une stratégie qui s'avère payante selon les gérant.e.s et encadrant.e.s interrogé.e.s puisque « *ce qui arrive souvent c'est qu'eux-mêmes ils sont convaincus du concept et du coup voilà, on en a beaucoup qui sont envoyés par des kinés* » (Béatrice, 28 ans, encadrante, diplômée d'une licence professionnelle Métiers de la forme⁴¹⁴) ; « *c'est comme la pharmacienne à l'angle, elle est venue faire une séance bah (...), elle a pu en parler parce qu'elle a fait une séance (...). Mon médecin et bah elle en a parlé à ses... J'ai plein de patientes, de ses patientes qui viennent ici* » (Sonia, 35 ans, gérante et encadrante, titulaire d'un Master 1 Education et Motricité et d'un Brevet d'Etat Métiers de la forme). Pour illustrer ses propos, cette responsable prend l'exemple d'une de ses adhérentes et raconte « *Nasera, elle est arrivée, elle dit 'mon médecin m'a dit (...) qu'il fallait que je fasse du sport et tout et qu'il y a un centre Curves qui venait d'ouvrir et que c'était le meilleur des centres pour moi'* ».

⁴¹⁰ Autrement dit aux professionnel.le.s recruté.e.s en son sein.

⁴¹¹ Elles sont nommées telles que mentionnées entre guillemets.

⁴¹² Il peut également s'agir, dans de rares cas, d'une blessure suite à la pratique d'une activité physique ou sportive ou d'une grossesse, par exemple.

⁴¹³ Cette citation est extraite des documents internes à la franchise, auxquels nous avons eu accès.

⁴¹⁴ Pour cette partie, qui interroge les formations ainsi que les certifications de nos enquêté.e.s, nous préciserons exceptionnellement les diplômes de chacun.e des encadrant.e.s et gérant.e.s cité.e.s.

S'ensuit ensuite, comme pour l'exemple du diabète évoqué précédemment, la définition de chaque maladie recensée - dont voici la liste : accidents vasculaires, angine, angioplastie, arthrite, asthme, blessures liées à une suractivité, BPCO⁴¹⁵, cancer, cholestérol élevé, diabète de type 1 et 2, douleur articulaire, douleur dorsale, lombalgie, fibromyalgie, grossesse et post partum, hépatite B ou C, hypertension, maladie cardio-vasculaire, maladie de la thyroïde, ménopause (pré/post), obésité, ostéoporose, paralysie cérébrale, polypes intestinaux, remplacement de l'articulation, sang dans les selles, sclérose en plaques, stress, tuberculose, ulcère -, l'énumération de ses causes ainsi que plusieurs « *directives pour les exercices* ».

En délivrant ces contenus informationnels, le réseau *Curves* tente de former ses collaborateurs, gérant.e.s comme encadrant.e.s, pour que chacun.e soit à même d'adapter leur prise en charge. Et cela, en toute confiance, si on en croît les conclusions⁴¹⁶ émises par l'université de Baylor⁴¹⁷, située au Texas aux Etats-Unis. Convoquées par la franchise, elles viennent « certifier » l'efficacité de leur programme d'activité physique, y compris pour des individus souffrant d'une maladie cardio-vasculaire - car celui-ci contribuerait à « *l'amélioration des lipides sanguins et [permettrait] une réduction dans le rapport taille/hanche, ce qui suggère une diminution des risques de maladies cardio-vasculaires* » - ou sujets à l'hypertension, « *le programme de mise en forme Curves favorise l'augmentation de l'énergie musculaire, l'endurance musculaire et la capacité aérobie maximale tout en diminuant le rythme cardiaque au repos et la pression artérielle. Ces constats indiquent que ce programme se révèle comme étant approprié pour cette population, de par son niveau d'exercice et son efficacité* », etc.

Ces éléments suggèrent l'idée selon laquelle les professionnel.le.s représentant la franchise *Curves* entretiennent des liens étroits avec le corps médical, inscrivant l'activité physique proposée en leur sein dans une prise en charge plus globale où chacun.e joue un rôle défini en vue de préserver ou d'améliorer la santé de leurs adhérentes. L'enjeu est bien pour les responsables de l'enseigne de prouver l'efficacité de leur *circuit-training* et plus généralement de leurs propositions de services et ce, à renfort d'arguments scientifiques et de cautions médicales. Une manière de faire qui porte à conséquence puisqu'en reprenant à leur compte ce discours et en se l'appropriant, les professionnel.le.s travaillant dans les établissements *Curves* montrent combien il.elle.s ont intériorisé la « scientificité » des justifications avancées.

⁴¹⁵ Cet acronyme signifie Broncho-Pneumopathie Chronique Obstructive.

⁴¹⁶ Seules les conclusions de l'étude apparaissant dans le corps du texte sont données à voir, aucune autre précision n'est apportée. Ainsi, il apparaît difficile de juger de la validité scientifique de cette enquête, d'autant que la méthodologie employée pour sa réalisation est totalement passée sous silence.

⁴¹⁷ L'université de Baylor est présentée comme étant un établissement privé catholique.

Béatrice (28 ans, encadrante), diplômée d'une licence professionnelle Métiers de la forme, revient au cours d'un entretien sur les documents internes mis à sa disposition concernant les populations dites spéciales : « *tu vois, on a même une partie par exemple, tu vois informations pour les populations spécialisées parce qu'on sait qu'on a beaucoup, voilà de gens qui ont des soucis de santé. Donc, pour chaque souci de santé (...), on te dit voilà ce que c'est comme problème, quels médicaments ils prennent, qu'est-ce qu'il va falloir éviter, qu'est-ce que tu peux leur faire faire, qu'est-ce que tu peux ne pas faire* ». En tant qu'entreprise dédiée à l'activité physique, spécialisée dans le domaine de la remise en forme, les informations mentionnées par cette encadrante peuvent s'avérer utiles, et d'autant plus si l'on considère le positionnement affiché par l'établissement vis-à-vis de la santé. Néanmoins, on peut s'interroger sur l'intérêt de mentionner les possibles traitements auxquels les clientes sont assujetties, car dans certains cas⁴¹⁸, une liste médicamenteuse est jointe au descriptif pathologique. Plus qu'une simple information, les professionnel.le.s sont sommé.e.s dans le cas de l'hypertension par exemple de « *se référer à la charte des médicaments usuels ACE⁴¹⁹ pour les génériques et les médicaments d'origine* ». S'il ne s'agit pas de minimiser les effets d'une médication sur le corps, nul ne peut, en-dehors du corps médical et du patient lui-même (Herzlich et Perret⁴²⁰, 1985), juger en toute connaissance de cause de son éventuelle incompatibilité avec la pratique d'une activité physique. Or dans le cas des centres de remise en forme réservés aux femmes enquêtés, aucun membre du personnel⁴²¹, quel que soit le poste occupé, ne dispose d'une formation médicale ou pharmacologique.

Une fois analysé plus finement, ce même document a livré un traitement pour le moins surprenant de certaines pathologies, à l'image de l'ostéoporose. Si la définition proposée coïncide avec celle de la Haute Autorité de Santé, à savoir une « *maladie osseuse caractérisée par une réduction de la résistance osseuse conduisant à une augmentation du risque de fracture* », les conclusions émises par l'Université de Baylor, déjà convoquée précédemment, se veulent plus surprenantes. En effet, ces dernières se concentrent sur l'intérêt de consommer le « *supplément en calcium Curves Bioavailable* », mis en vente aux Etats-Unis, au regard de

⁴¹⁸ Sont concernées en ce sens, l'arthrite, les maladies cardio-vasculaires ou l'hypertension.

⁴¹⁹ ACE signifie littéralement Angiotensin-Converting-Enzyme qui se traduirait en français par inhibiteurs de l'enzyme de conversion.

⁴²⁰ En s'intéressant aux malades chroniques, Claudine Herzlich et Janine Perret (1985) montrent en effet que ces derniers acquièrent un savoir et une autonomie, transmis et délégués par le ou les médecins, à partir desquels ils sont à même de gérer leur maladie, leur traitement et leur état. En ce sens, les individus ne sont plus seulement perçus comme étant soignés mais aussi comme des « auto-soignant » pour reprendre la formule consacrée.

⁴²¹ A l'exception de Mélanie, anciennement préparatrice en pharmacie, qui dispose d'un Brevet professionnel dans ce domaine.

son efficacité sur la perte en matière grasse, sur la perte de poids et précisent que « *le programme Curves est effectif pour la promotion et le maintien de la perte de poids parmi les femmes post-ménopausées et que le complément en CCM (Citrates-Malates de Calcium) a permis une plus grande perte de poids surtout en combinant exercice et régime* ». En se satisfaisant de la perte de poids et/ou de masse grasse des clientes souffrant d'ostéoporose, la franchise *Curves* comme l'Université de Baylor laissent entendre que le surpoids ou l'obésité seraient des facteurs de risque. Pourtant, aucune corrélation de ce type n'est établie dans les publications de la Haute Autorité de Santé ou de la Sécurité Sociale, ayant trait à cette question⁴²². C'est même l'extrême inverse qui est constaté. En effet, un IMC inférieur à 19 pourrait favoriser l'apparition de la maladie au même titre que la ménopause dite précoce. Si au sein des centres de remise en forme français, ce « *supplément calcium* » n'est pas proposé à la vente, on peut tout de même s'étonner qu'une telle conclusion soit donnée à voir à l'ensemble des membres du personnel y compris ceux de l'hexagone, d'autant qu'elle fait abstraction des bienfaits éventuels sur la maladie elle-même pour valoriser les « *bénéfices* » d'ordre esthétique. Cet écart à la notion de santé, au profit des critères de beauté, ne semble pourtant pas altérer la confiance des travailleur.seuse.s interrogé.e.s.

2.2.2. *Un ancrage sanitaire traduit en mots et en actes*

S'il en est certain.e.s qui se satisfont de la mise à disposition de ces informations, il.elle.s reconnaissent dans un même temps que le sujet de l'encadrement des populations dites spéciales n'est jamais abordé au cours des formations internes⁴²³ : « *par rapport à la santé, on est orienté ça c'est sûr pour une femme enceinte, une femme qui a eu le cancer (...). Ils nous ont pas formé dessus mais on a une info sur les populations spéciales féminines mais c'est par rapport à la santé. C'est normal. Après au niveau de la formation, on nous en a pas parlé une seule fois. On a l'info mais c'est tout* » (Mégane et Mélanie⁴²⁴, 32 et 28 ans, gérantes et encadrantes). Mais paradoxalement, cette absence de formation ne constitue pas un frein à leur prise en charge.

⁴²² Cela se vérifie en suivant les liens suivants : https://www.has-sante.fr/jcms/c_1751307/fr/les-medicaments-de-l-osteoporose et <https://www.ameli.fr/assure/sante/themes/osteoporose/diagnostic-evolution>, consultés le 23 janvier 2020 entre 15h30 et 18h.

⁴²³ Nos statuts de stagiaire puis de cliente au sein de différentes salles de l'enseigne n'autorisaient pas d'accéder aux formations internes organisées dans les locaux de la franchise aux Pays-Bas, réservées aux gérant.e.s et encadrant.e.s. Nous en avons fait plus longuement état au cours du [Chapitre 2](#).

⁴²⁴ Mégane est titulaire d'un Master 1 Education et Motricité. Quant à Mélanie, elle a opéré une reconversion professionnelle, elle était initialement préparatrice en pharmacie, et ne possède aucun diplôme permettant l'encadrement des activités de forme. Ainsi, elle fait uniquement valoir la formation interne proposée par l'enseigne *Curves*.

Cela se vérifie lorsque ces mêmes professionnelles jugent sur la base de leur seul système de représentation les femmes enceintes figurant parmi leurs abonnées, et ce quel que soit l'avancée de la grossesse, aptes à la pratique physique et donc aptes à s'exercer sur leur *circuit-training*, même si de leur propre aveu ce n'est pas sans risque⁴²⁵. Pire, elles ne s'appuient pas sur leurs compétences ou celles de leurs salarié.e.s pour encadrer les efforts à produire mais sur les connaissances présumées des clientes concernées comme le montre cet extrait d'entretien : « *elles font une toute petite séance, elles savent que le rythme cardiaque ne doit pas s'accélérer, elles savent qu'il y a des machines qu'elles peuvent faire et ne pas faire* ». Dès lors, on comprend qu'en-dehors de toute contre-indication médicale⁴²⁶, les femmes inscrites au sein de cet établissement sont considérées comme étant à même de gérer seules leurs exercices sportifs, malgré les changements physiologiques occasionnés par leur grossesse. Si l'activité physique est aujourd'hui recommandée par les instances sanitaires, au regard des bienfaits⁴²⁷ constatés par nombre d'études, elle doit cependant être « *adaptée* » par son volume (comprenant la fréquence et la durée) et son intensité « *à l'état de santé, à la condition physique et à l'évolution de la grossesse* » (HAS, 2019,3). En ce sens, les conseils d'un.e intervenant.e qualifié.e dans le domaine de l'animation et de l'encadrement des activités physiques peuvent être utiles.

Pour répondre aux besoins de ces publics spécifiques et garantir autant que faire se peut leur sécurité, plusieurs gérant.e.s de la région privilégient le recrutement de professionnel.le.s APAS⁴²⁸ (Activités Physiques Adaptées et Santé). Cette spécialisation proposée par le champ des STAPS leur confère des compétences, selon l'annexe II-1 de l'article A212-1 du Code du sport⁴²⁹, relatives à « *l'encadrement des activités physiques ou sportives à destination de différents publics dans une perspective de prévention-santé ou de réadaptation ou d'intégration de personnes présentant l'altération d'une fonction physique ou psychique* ». Un choix qui peut sembler étonnant dans le secteur de la remise en forme dans le sens où il.elle.s ne sont pas

⁴²⁵ Au cours de l'entretien, elles l'expriment en ces termes : « *pour moi, elles peuvent tout à fait pratiquer, c'est sûr qu'il y a un risque mais après...* ».

⁴²⁶ C'est en tout cas ce qu'elles avancent au cours de notre échange. Cependant, nous n'avons pas pu vérifier si cette absence de contre-indication se devait d'être attestée de façon manuscrite par un médecin.

⁴²⁷ Parmi eux, la Haute Autorité de Santé (2019) recense le « *maintien ou [l'] amélioration de la condition physique de la femme enceinte, [la] prévention d'une prise de poids excessive pendant la grossesse et aide à la perte de poids en post-partum, [la] prévention possible du diabète gestationnel, (...) de l'hypertension gestationnelle, (...) de la pré-éclampsie, [la] réduction des poids excessifs à la naissance, [la] diminution (sans prévention) des douleurs lombaires et pelviennes, (...) du risque d'incontinence urinaire, (...) du recours nécessaire à la césarienne [et enfin la] prévention et [l']amélioration des symptômes dépressifs du post-partum* ».

⁴²⁸ Cela résulte d'initiatives individuelles, et dépend donc des employeur.se.s et des centres.

⁴²⁹ Il est disponible sur le site Légifrance en suivant le lien ci-joint : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?cidTexte=LEGITEXT000006071318&idArticle=LEGIARTI000029241010>, consulté le 18 avril 2020 à 15h13.

formé.e.s à proprement parlé aux activités fitness tels que peuvent l'être d'autres encadrant.e.s diplômé.e.s des Métiers de la Forme par le biais d'une licence professionnelle, d'un Brevet Professionnel de la Jeunesse, de l'Education Populaire et du Sport (BPJEPS) Activités Forme option cours collectifs ou haltérophilie - musculation, ou d'un Certificat de Qualification Professionnelle (CQP) instructeur.ice fitness. Pour autant, il.elle.s parviennent à trouver leur place au sein des structures de remise en forme *Curves*, représentant même un tiers des membres du personnel interrogé.e.s au cours de notre étude (cf. Tableau 27).

Tableau 27

Des encadrant.e.s aux qualifications éclectiques au sein des centres *Curves*

Qualification	Nombre d'encadrant.e.s
Licence et/ou Master Activité Physique Adaptée Santé (APAS)	7
Licence et/ou Master Entraînement Sportif	4
Licence et/ou Master Education Motricité	3
Licence professionnelle Métiers de la forme	1
Diplômes issus des STAPS	15
Brevet Professionnel de la Jeunesse, de l'Education Populaire et du Sport	5
Diplôme d'Etat	5
	20

Un constat qui n'a pu être renouvelé dans les autres structures réservées aux femmes de la région des Hauts-de-France, puisqu'aucun professionnel APAS n'a été observé en-dehors de la franchise *Curves*. Selon nos analyses, cette spécificité tiendrait bel et bien à l'enseigne et pourrait être imputée là encore à sa volonté de se présenter comme un prestataire d'activités hygiéniques. Mais plutôt que de parler de présentation ne devrait-on pas employer le terme d'assimilation, pour désigner les liens qu'elle entretient avec le domaine de la santé ? Car si les éléments décrits précédemment pouvaient le laisser penser, l'emploi récurrent d'un champ lexical relevant du domaine médical, par les gérant.e.s et/ou encadrant.e.s interviewé.e.s, ne traduit pas une « *euphémisation de la dimension commerciale* » ou un ancrage symbolique de leur travail dans ce champ⁴³⁰ (Bard, 2019, 22) mais montre combien ces dernier.e.s tentent de s'assimiler voire s'assimilent à un.e professionnel.le de santé : « *on parle de patientes plutôt que d'adhérentes* » (Sonia, 35 ans, gérante et encadrante, possède un Master 1 Education et Motricité ainsi qu'un Brevet d'Etat Métiers de la forme) ; « *nous, on appelle ça une consultation*⁴³¹ *quand on fait notre bilan de forme, bilan de silhouette [car] c'est plus amené*

⁴³⁰ Tel que cela a pu être décrit par l'auteur en analysant la désignation retenue par les diététicien.ne.s pour parler des individus qui recouraient à leurs services.

⁴³¹ Sonia (35 ans, gérante) utilise également ce vocable.

vers un peu l'œil du médecin. On regarde ce qu'on peut faire et comment on peut agir pour que son avenir soit meilleur » (Thibaut⁴³², 46 ans, gérant, possède une formation de comptable). Le recours à cette terminologie - « *patientes* », « *consultation* », « *médecin* » - n'est jamais remise en cause, voire elle semble aller de soi puisque « *c'est un peu médical aussi. Curves, c'est un concept médicalisé à la base. Ça a été créé par des médecins, par une université au Texas* » (Marie⁴³³, 25 ans, gérante, anciennement vendeuse dans le domaine du prêt-à-porter), « *y a des études qui ont été faites aux États-Unis, études qui ont été poussées très loin d'ailleurs. Le centre technique de Curves est dans un bâtiment médical. Donc, c'est vraiment recherche médicale* » (Thibaut, 46 ans, gérant), « *à la base, ils ont leur institut de recherches Curves, donc c'est vraiment, c'est assez détaillé, tout est vraiment prêt* » (Béatrice, 28 ans, encadrante, titulaire d'une licence professionnelle Métiers de la forme). A en croire les propos de ces deux responsables et de cette encadrante, les propositions de services de cette enseigne ont été créées à partir de l'expertise de plusieurs médecins et s'appuient sur les résultats de la recherche médicale. Pourtant entre la conception de leur *circuit-training* et la médecine, seul un lien peut être établi : Gary Heaving, le fondateur de l'enseigne qui, avant de développer son entreprise de remise en forme, exerçait en tant que médecin⁴³⁴.

Mais l'ancrage dans le domaine de la santé ne tiendrait pas seulement à l'origine de l'enseigne, il se vérifierait également à travers le choix du matériel, « *c'est un peu les machines qu'on a chez le kiné* » (Thibaut, 46 ans, gérant) ; les caractéristiques de la clientèle accueillie, « *on considère aussi nos adhérentes comme des patientes parce qu'elles ont quasiment toutes une pathologie (...). Rien que d'être en surpoids, c'est une pathologie déjà* » (Sonia, 35 ans, gérante et encadrante), « *dans le Curves Complete⁴³⁵ [le programme alimentaire] t'acceptes les diabétiques, machin gluten, etc. etc. C'est pour ça qu'ils parlent de « patients »* » (Marie, 25 ans, gérante) ; les supports de formation « *on a des scripts et dessus c'est marqué « patientes »* » (Sonia, 35 ans, gérante et encadrante). L'ensemble de ces éléments montrent dans quelles mesures les professionnel.le.s interviewé.e.s, quel que soit leur formation, ont intériorisé et adhéré sans recul aux orientations et arguments mobilisés par la franchise, au point de céder aux raccourcis, de s'arroger un vocable et surtout des compétences qui ne sont pas les leurs, au point de ne pouvoir remettre en cause le discours et les pratiques diffusés par l'enseigne. Et au

⁴³² Thibaut ne possède aucun diplôme permettant l'encadrement des pratiques physiques et sportives. Comme Mélanie, il a opéré une reconversion professionnelle et a suivi la formation interne *Curves*.

⁴³³ Comme Mélanie et Thibaut, Marie a connu une reconversion professionnelle et n'a été formée dans le domaine sportif que par l'institution *Curves* par le biais de leur formation « maison ».

⁴³⁴ Nous en avons déjà fait état en renseignant l'origine de la marque.

⁴³⁵ Une analyse de ce programme alimentaire est proposée plus loin dans ce chapitre.

regard des propos tenus par l'une des responsables, cela n'est pas sans effet sur la manière dont ils perçoivent leurs clientes ainsi que leur corps, nous amenant à interroger le traitement qui leur est réservé au sein de ces établissements.

2.3. Diagnostiquer les corps

A l'image de leurs homologues unisexes, les structures *Curves* réalisent sur le corps de chacune de leurs abonnées un « bilan de forme », « bilan silhouette », qui consiste en la prise de différentes mensurations et dans lesquels figurent également le calcul de l'IMC et du pourcentage de masse grasseuse présent dans le corps⁴³⁶. Ce diagnostic d'entrée rappelle celui décrit par Muriel Darmon (2010) au sein des groupes commerciaux d'amaigrissement ou par Lara Mahi (2017, 118) au sein de l'institution pénitentiaire au cours duquel « *la pesée est l'un des premiers actes que les détenus sont enjoins d'effectuer (...). On leur assigne un numéro d'écrou, on leur pose des questions puis, au cours d'un examen systématique de leur état de santé général par un médecin, ce dernier leur demande de « monter sur la balance ». Tous découvrent ainsi leur « poids d'entrée ».* Les conditions de réalisation sont éloignées nous en convenons - car dans le cadre de notre enquête les clientes viennent de leur plein gré, sont libres de repartir quand bon leur semble et les professionnel.le.s en charge de cet examen diffèrent, cependant l'analogie entre ces deux univers, que tout oppose, interpelle, d'autant qu'elle ne s'arrête pas là, nous aurons l'occasion d'y revenir.

2.3.1. Entre appréhension et acceptation, la pression du premier diagnostic

Si les nouvelles abonnées consentent, très majoritairement, à réaliser cet « examen d'entrée⁴³⁷ », elles ne sont guère enthousiastes à l'évocation de ce dernier et encore moins à l'idée de s'y soumettre. Julie (23 ans, assistante maternelle dans une crèche) et Annie (52 ans, agent d'entretien) expliquent ne pas s'être senties « *très à l'aise... (...) surtout que ça faisait un moment que je m'étais pas pesée (rires) »*, « *ouais ma première fois, je vais dire que j'étais pas très à l'aise parce que je savais que, heu voilà, j'avais [des kilos à perdre] »*, Mélanie (20 ans, étudiante) était quant à elle gênée « *parce que je suis très complexée par heu, par mon corps, donc heu, donc quand on m'a demandé de me mesurer, me peser j'ai fait oh lala heu,*

⁴³⁶ L'ayant éprouvé nous-même lors de nos observations participantes, une description de cette procédure a déjà été réalisée dans notre récit d'enquête au cours du Chapitre 2 ainsi qu'au début du Chapitre 5.

⁴³⁷ Egalement de mise dans le domaine médical, il convient de le rappeler.

dans quoi j'ai mis les pieds ». Egalement interrogée sur la manière dont elle avait vécu son premier « bilan », Janice (42 ans, en cours de création d'une entreprise) répond « *pas bien quand même* (rires). (...) *Je parle pour la toute première fois, comme j'avais beaucoup de poids* ». Persuadées, à tort ou à raison, que leurs silhouettes ne sont pas conformes à l'idéal de beauté féminin, ces femmes redoutent les chiffres qui seront révélés par la balance et par les différentes mensurations réalisées sur leur corps. Les injonctions sociales auxquelles ce dernier est continuellement soumis ne sont probablement pas étrangères à l'expression de ces craintes, car la femme a un devoir celui d'être belle (Guyard, 2010). Le devoir de beauté étant synonyme de préservation de la jeunesse, minceur et tonicité du corps, cette procédure de « *mise en chiffres de soi* » (Pharabod, Nikolski, Granjon, 2013, 97) - mise en place par les centres de remise en forme réservés aux femmes *Curves* - est révélatrice de leur conformation ou de leur défaillance⁴³⁸ face à cet idéal. Un diagnostic révélant un excédent de poids, de gras ou un corps mou, au regard des normes corporelles dominantes, peut être difficile à accepter et davantage encore dans un contexte social où le corps apparaît comme un élément majeur de la construction de l'estime de soi (Kaufmann, 2015). En se mettant à la place de « *quelqu'un [qui] est mal dans ses baskets* », Marylène⁴³⁹ (53 ans, professeure des écoles) en arrive à la même conclusion : quand « *on lui met les yeux sur bah t'as autant de centimètres là, t'as autant de kilos là, bah franchement... Même si c'est, voilà c'est un fait. Enfin, par rapport à l'image qu'on a de soi, (...) ça peut être difficile* ».

Les expériences personnelles de d'autres enquêtées viennent corroborer ce constat. Sylvie (47 ans, comptable) et Samia (33 ans, femme au foyer), par exemple, engagées dans un processus de perte de poids avant leur inscription, acceptent cet examen sur fond de mesures uniquement parce qu'elles ont déjà obtenu des résultats et donc débuté leur transformation corporelle :

« j'avais déjà perdu beaucoup de poids. Si on m'avait pesé quand je faisais encore cent kilos, là, je l'aurai pas fait (...) gên[ée] d'être comme j'étais », « je vais pas vous mentir, c'est parce que j'avais perdu du poids avant de venir. Donc j'étais moins stressée. Honnêtement, (...) j'y serais allée... deux, trois mois après ma grossesse franchement, je vous le dis franchement, je crois que j'en aurais pleuré, une fois rentrée chez moi quoi.

⁴³⁸ Nous avons déjà montré dans quelle mesure le corps était perçu comme relevant d'une responsabilité individuelle, de la volonté personnelle. Suivant ce raisonnement, l'échec, synonyme de non-conformation aux normes corporelles dominantes, ne peut être imputé qu'à l'individu lui-même, sa défaillance en la matière et le rend ainsi coupable.

⁴³⁹ Cette enquêtée ne semble pas concernée par cette difficile acceptation des chiffres. D'une part, elle ne s'inclut pas dans son propos, elle n'en fait aucunement allusion au cours de l'entretien et d'autre part, rien dans son attitude ne l'a laissé paraître.

Parce que je, quand on voit la masse grasseuse, quand on voit tous les muscles qui ont fondu et tout..., Non c'est, c'est déprimant ».

Et ce n'est ni Solange (44 ans, assistante maternelle) ni Lisa (51 ans, commerciale) qui vont les contredire. Car en se prêtant à ce diagnostic d'entrée, elles ont dû affronter les résultats chiffrés, « *or c'est là que le bât blesse* », pour reprendre l'expression employée par Jean-Claude Kaufmann (2015, 13) pour désigner la manière dont les femmes perçoivent leur corps. Solange (44 ans, assistante maternelle) explique avoir « *pris en pleine face, les huit kilos en plus par rapport à l'Orange Bleue⁴⁴⁰, je l'ai pris en pleine face. Parce que j'ai dit à mon mari, je ne me suis pas vu grossir. [Et,] c'est ce que je dis à ma prof de danse, pour moi je suis l'hippopotame avec un tutu* », Janice (42 ans, en cours de création d'une entreprise) reconnaît que le verdict l'« *avait un peu abattue* », quant à Lisa (51 ans, commerciale), elle se remémore l'image apparue à l'annonce de ses « résultats » : l'encadrante m'a dit « *que j'étais aussi en surpoids et que surtout, c'est un truc assez dégueulasse parce que j'imagine assez les choses, j'avais trois kilos et demi de graisses à perdre, pour revenir à un IMC normal. J'imagine assez bien, en fait, l'image. Et c'est assez infâme (rires) !* ». Cette preuve par les chiffres participe dès lors d'une conscientisation de leur silhouette et celle-ci influe sur l'image qu'elles se font de leur propre corps. Le verbatim dépréciatif employé par nos enquêtées pour le qualifier, renvoyant au règne animal, au dégoût, à la répugnance, en est la démonstration : « *hippopotame* », « *dégueulasse* », « *infâme* ». Et comment il pourrait en être autrement quand on sait que « *l'écart entre le corps qui 'est' et le corps qui 'devrait être' a d'importantes conséquences sur la façon dont les agents sociaux vivent leur corps et, en particulier, sur leur capacité à projeter une image d'autosatisfaction* » (Vandebroeck, 2015, 28).

En verbalisant la gêne ressentie, le malaise que cela a créé ou encore l'image négative qu'elles ont de leur apparence physique, ces pratiquantes expriment plus généralement les complexes éprouvés face à leur corps et montrent que l'idée d'exercer une pratique physique au sein d'un entre-femmes ne les annihile en rien. Finalement, peu importe l'espace, la perception de leur corps demeure, leur appréhension quant au regard et éventuel jugement porté par les gérant.e.s et/ou encadrant.e.s également, contredisant d'une part, le discours commercial de ces derniers (cf. Chapitre 4) et ravivant d'autre part, les postures clivantes quant au sexe des membres du personnel. Car si certaines clientes semblent indifférentes à l'idée qu'un homme puisse réaliser ce diagnostic corporel, à l'image de Paula (63 ans, retraitée) et de Catherine (50 ans, assistante

⁴⁴⁰ Elle fait allusion à une précédente adhésion au sein d'une enseignante de salles de remise en forme mixte.

de direction)⁴⁴¹, elles sont loin de faire l'unanimité. Maéva (25 ans, pharmacienne) fait partie de celles qui sont gênées par la présence d'un homme en de telles circonstances : « *avec [lui], c'était un peu, je passais 'oh, j'ai pas envie de monter sur la balance' (rires) »*. Interrogée sur les raisons qui l'amenaient à se dérober face à ce professionnel, elle poursuit « *il avait mon âge. Je me dis, il doit voir tellement de filles mieux. C'est pas au niveau de lui plaire ou quoi que ce soit mais c'était juste lui, me dire pff il doit en voir passer des tellement mieux que moi (...)* Tandis qu'avec une fille, je sais pas pourquoi (...) je me dis elle doit avoir les mêmes soucis que moi ». Les complexes évoqués par cette cliente sont également partagés par Mélanie (20 ans, étudiante) qui raconte « *je me suis dit heu, ça va être la honte, enfin complètement, heu je vais être mal à l'aise et tout. (... Le fait) que ce soit un homme, j'avais peur d'être heu... Enfin même si on était dans une salle de remise en forme et qu'y avait des personnes qui étaient quand même beaucoup plus fortes que moi, heu être jugée par un homme, c'est toujours plus compliqué »*. En introduisant un individu de sexe masculin au sein d'espaces qui leur sont *a priori* interdits, ces responsables d'établissements unisexes contribuent paradoxalement à reproduire les situations qu'ils voulaient initialement éviter. Pour rappel, en réservant leur accès et adhésion aux femmes et seulement aux femmes, ils entendaient les préserver des rapports sociaux de sexe éprouvés dans différentes structures mixtes et donc de la domination masculine (cf. Chapitres 3 et 4). Même si dans le cadre présent il est question de professionnels et non pas de clients, cette coexistence semble agir de manière comparable puisqu'elle suscite la gêne, le malaise voire la « *honte* » chez plusieurs clientes, réactivant ainsi la peur d'être jugée, évaluée, hiérarchisée en fonction de leur apparence, leur morphologie, leurs mensurations⁴⁴².

Pour éviter cet écueil, d'autres gérant.e.s ont fait le choix d'évincer partiellement ou totalement les encadrants n'appartenant pas « au bon sexe ». Si cette mesure peut paraître radicale, ces derniers se voyant écarter de toutes les procédures impliquant la réalisation de mensurations, ou illégale, pour celles et ceux qui les discriminent à l'embauche, elle se veut nécessaire si on

⁴⁴¹ Deux autres femmes ont également exprimé leur indifférence quant au sexe de l'encadrant.e, cependant elles n'ont jamais eu l'occasion de l'expérimenter au sein d'un établissement *Curves*, comme le montrent les extraits d'entretien qui vont suivre: « *ça ne me dérange pas, je veux dire, tant que c'est dans le respect de la personne (...). Je ne sais pas du tout si avec un homme ce serait pareil, mais moi ça me dérangerait pas* » (Hélène, 28 ans, infirmière), « *c'est son boulot. Regardes quand tu vas chez un gynéco, heu. Oui, c'est vrai je préfère une femme, mais ça m'est déjà arrivée de me faire ausculter par un gynéco homme. Bah, c'est tout, il fait son boulot, heu* » (Lisa, 51 ans, commerciale).

⁴⁴² C'est en tout cas ce qui transparaît quand on analyse le discours de Maéva (25 ans, pharmacienne), qui pense « *il [l'encadrant] doit en voir passer des tellement mieux que moi* » ou de Mélanie (20 ans, étudiante) qui semble être rassurée par la présence de femmes plus corpulentes « *même si (...)* y avait des personnes qui étaient quand même beaucoup plus fortes que moi », comme si elle voulait éviter d'être perçue comme la plus éloignée des normes dominantes.

en croît ces professionnelles travaillant, il convient de le préciser, toutes avec des hommes : « *pas les hommes. (...) Je me doutais que ça gênerait et puis bon pour éviter les problèmes éventuels* » (Sandra, 48 ans, gérante), « *surtout pour les mesures je pense. En fait y a un certain nombre de personnes qui sont pas à l'aise avec leur corps, bah un homme, ça peut freiner. Donc, en fait, par souci de facilité c'est plus facile d'avoir une fille quoi* » (Dominique, 58 ans, gérante), « *c'est difficile que ça soit un homme qui fasse les mesures (...). Elles sont pas à l'aise avec un homme. Moi j'ai des filles qui ont résilié quand on a engagé la première fois un homme, elles m'ont dit 'moi personnellement, je serai pas à l'aise quand il est là. Ça m'embête pour les mesures'* » (Béatrice, 28 ans, encadrante). D'autres quant à elles, ayant fait le choix d'exclure totalement les individus de sexe masculin au sein de leurs locaux, se fient à leur propre expérience en tant que femme pour justifier une telle éviction : « *les mensurations, c'est particulier quand même donc (...) j'essaye toujours de me mettre à la place des personnes. Moi je supporterais pas, je refuserais qu'un homme fasse mes mensurations. (...) En tant que femme ça me plairait pas. Moi je, j'aurais vraiment beaucoup de mal. Même une femme déjà, moi j'ai du mal, alors un homme, c'est même pas la peine, c'est mort* » (Pauline et Brigitte, 43 ans et 30 ans, gérantes et encadrantes). Et on ne peut que leur donner raison au regard des propos tenus par les pratiquantes interviewées (cf. Encadré 23).

Encadré 23

Extraits d'entretiens avec les clientes des salles interdites aux hommes

- Marylène (53 ans, professeure des écoles) : « *moi je préfère que ça soit fait par une femme. Après, tout ce qui touche au corps voilà, je pense que c'est mieux que ça soit une femme. (...) Et puis après faut être logique. Le concept, c'est une salle de sport pour les femmes (...) pour tout ce qui est mesure et tout ça, je pense que c'est plus au niveau concept féminin* »,
- Samia (33 ans, femme au foyer) : « *tant que c'est une femme, je m'en fous [car] on mesure le tour de taille, le tour de ventre, le tour de poitrine, le tour de, enfin au niveau des bras, au niveau, je trouve que c'est quand heu, c'est quand même intime (...). C'est pas un médecin, c'est juste un coach sportif donc moi je vais pas, je vais pas faire confiance à un coach sportif* »,
- Solange (44 ans, assistante maternelle) : « *ne serait-ce que toucher au niveau de la poitrine (...). Et puis le regard d'un homme n'est pas le même que le regard d'une femme* »,

- Janice (42 ans, sans emploi, en cours de création d'une entreprise) : « *le fait que ça soit un homme, c'est différent. Je sais pas, c'est plus gênant. Pour moi oui, pour moi le fait que ça soit une femme, voilà [cela facilite les choses]* »,
- Maéva (25 ans, pharmacienne) : « *je préfère que ça soit une fille qui le fasse plutôt qu'un homme (...). Quand c'est une fille, ça va. Elle rassure (rires)* ».

A travers ces exemples, on comprend que l'acceptation de ce diagnostic d'entrée tient au fait qu'il soit réalisé par des femmes.

2.3.2. De la catégorisation des corps

Mais, il est un autre argument qui est mis en avant par les représentant.e.s des institutions *Curves*, et non des moindres : celui de la santé. Selon ces derniers, les mesures entreprises sur les corps permettraient de définir les « soins » à lui apporter comme on pourrait le faire « *devant [son] médecin ou devant [son] diététicien* » (Thibaut, 46 ans, gérant). Au cas où cette analogie ne serait pas suffisamment parlante, une autre illustration s'apparentant au domaine de la santé est mobilisée par ce responsable pour convaincre de la nécessité de leur examen d'entrée : « *c'est un libre choix de sa part [il fait référence à la cliente] mais on lui explique bien que si elle va chez le dentiste et qu'elle refuse d'ouvrir la bouche forcément il pourra pas soigner ses dents. On n'aura pas nous nos points de repère (...) donc on va travailler à moitié* ». Et cet exemple est loin d'être un cas isolé. D'autres professionnel.le.s précisent « *nous, on est comme ça, on insiste beaucoup sur la santé, etc.* » (Sonia, 35 ans, gérante et encadrante), ce qui constitue d'ailleurs une préconisation de la franchise. Une spécificité, jamais observée jusqu'alors⁴⁴³, qui vient légitimer le report et le classement des données chiffrées obtenues à l'issue du diagnostic à l'aide de trois dispositifs distincts sur lesquels il convient de revenir.

Le premier consiste à interpréter l'Indice de Masse Corporelle chez l'adulte. Reconnu par l'Organisation Mondiale de la Santé et largement utilisé par le corps médical, cet outil étudie la relation {Taille-Poids} des patient.e.s à partir d'une formule simple : le poids divisé par la taille au carré. Six catégories sont établies à partir du résultat obtenu : l'insuffisance pondérale (inférieur à 18,5 kg/m²) - l'éventail normal (compris entre 18,5 et 24,9 kg/m²) - le surpoids (situé entre 25 et 29,9 kg/m²) - l'obésité de classe 1 (de 30 à 34,4 kg/m²) - de classe 2 (de 35 et

⁴⁴³ Si on se réfère à l'analyse des procédures mises en place par les autres établissements unisexes de la région.

39,9 kg/m²) et de classe 3 (supérieur à 40 kg/m²). La franchise *Curves*⁴⁴⁴ s'octroie une certaine liberté qu'il n'est pas inintéressant de relever, celle d'intégrer une septième catégorie la « famine » ainsi qu'une huitième comprise entre 18,5 et 22 associée cette fois à la minceur (cf. Tableaux 28).

Tableaux 28

Interprétation de l'Indice de Masse Corporelle

Insuffisance pondérale	< 18.5	}	- 15	Famine
Eventail normal	18.5 – 24.9		15 à 18.5	Maigreur
Surpoids	≥ 25.0	}	18.5 à 22	Minceur
			22 à 25	Corpulence normale
Préobésité	25.0 – 29.9		25 à 30	Surpoids
Obésité	≥ 30.0		30 à 35	Obésité modérée
Obésité, classe I	30.0 – 34.9		35 à 40	Obésité sévère
Obésité, classe II	35.0 – 39.9		+ de 40	Obésité morbide ou massive
Obésité, classe III	≥ 40.0			

Sources : A gauche, le tableau proposé par l'OMS⁴⁴⁵, à droite celui⁴⁴⁶ affiché par les établissements *Curves*.

Au-delà de la caution médicale sur laquelle s'appuie cette mesure des corps des clientes, que ne manque pas de rappeler les professionnel.le.s de la forme - « *quand tu fais l'IMC tout ça, dis leur que c'est vraiment un souci de santé, c'est surtout important pour ça* » (Sonia, 35 ans, gérante et encadrante) - il n'est pas anodin de constater le choix fait, d'utiliser l'IMC dans ces centres de remise en forme réservés aux femmes. En France, une enquête portant sur l'appréciation de la silhouette a montré que cet outil de mesure se veut être un critère de beauté majeur pour les femmes, leur préférée étant associée à un IMC de 19,3 (Mouchès, 1994). On comprend alors, pour reprendre Jean-Pierre Poulain (2009, 173) qu'« *en se vulgarisant et en se diffusant dans le corps social, les classes d'indice de masse corporelle tendent à se transformer en normes sociales de corpulences « acceptables », « désirables » ou « déviantes », soutenant ainsi le processus de stigmatisation* ». L'IMC est donc passé d'un indice clinique à un indice esthétique (Brus et Boëtsch, 2011).

Mais cette classification ne saurait suffire à elle seule dans le sens où elle ne considère ni la composition corporelle individuelle - c'est-à-dire la part de masse grasse, de masse maigre, de

⁴⁴⁴ Ce document était affiché dans les centres enquêtés appartenant à ce réseau franchisé.

⁴⁴⁵ Nous avons repris à l'identique le tableau, y compris les couleurs.

⁴⁴⁶ Les couleurs ont été ajoutées afin de faciliter la lecture et la comparaison avec celui proposé par l'Organisation Mondiale de la Santé. L'image originale, prise au sein d'un établissement, figure en Annexe 13.

masse osseuse ou encore l'eau (Poulain, 2009) – ni la manière dont elle se distribue, - alors qu'elle peut se répartir de façon plus ou moins harmonieuse, plus ou moins disgracieuse (Maisonneuve et Bruchon-Schweitzer, 1999). Une limite à laquelle peuvent remédier d'autres outils de mesure que sont « *le tableau des mensurations* » (cf. Tableau 29) et « *la fourchette d'adiposité* » (cf. Tableau 30).

Tableau 29

Un corps mesuré au centimètre près

Tableau des mensurations

<i>Curves</i>					
Taille	34/36	38/40	40/42	42/44	44/46
Poitrine	78-86	86-94	90-98	94-102	98-106
Taille	55-63	63-71	67-75	71-79	75-83
Abdomen	74-85	85-93	89-97	98-106	102-110
Hanches	84-92	92-100	96-104	100-108	104-112

Cuisses
LES JAMBES MUSCLEES SONT COMPRISES ENTRE 36 et 61 cm.
LES JAMBES PLUS MINCES SONT COMPRISES ENTRE 31 et 56 cm.

** Les Tailles peuvent varier. Utilisez le tableau à titre indicatif*

Source : Reproduction à l'identique⁴⁴⁷ de l'affiche nommée « *Tableau des mensurations* » par la franchise *Curves*.

La seconde affiche intitulée « *le tableau des mensurations* », représentée ci-avant, permet à la franchise *Curves* de chiffrer, catégoriser, puis hiérarchiser le corps des pratiquantes. A partir des tours de poitrine, de taille, d'abdomen, de hanches et de cuisses, exprimés en centimètres et mesurés par l'attaché.e commercial.e, le.la gérant.e ou les encadrant.e.s du centre concerné, les clientes sont réparties dans des cases correspondant aux tailles usitées dans l'industrie textile : 34/36, 38/40, etc.

Enfin, un dernier dispositif (cf. Tableau 30), nommé « *fourchette d'adiposité* », prévoit de situer la cliente au regard du rapport entre sa masse grasseuse et sa masse totale. Ayant fait une entrée remarquée ces dernières années dans le domaine de la santé publique, notamment en matière de lutte contre l'obésité, l'adiposité est devenue un indicateur presque incontournable pour diagnostiquer les corps, avec ses normes et ses règlements (Vigarello, 2013a).

⁴⁴⁷ L'image originale, prise au sein d'un établissement appartenant à ce réseau franchisé, figure en Annexe 15.

Tableau 30

Quand le gras est quantifié et catégorisé

Femmes	Supérieur	Excellent	Bon	Assez bien	Mauvais	Très mauvais
Age						
20-29	5,4-16%	17,1-19,8%	20,5-22,7%	23,7-26,5%	27,7-32,1%	35,4-40,5%
30-39	7,3-16,9	18,0-20,8	21,6-24,0	24,9-28,1	29,3-32,6	35,7-40,0
40-49	11,8-20,3	21,3-24,3	24,9-27,3	28,1-31,1	32,1-35,0	37,8-45,5
50-59	11,8-23,6	25,0-27,4	28,5-30,8	31,6-34,3	35,5-37,9	39,6-50,8
60 +	15,4-23,5	25,1-28,5	29,3-31,8	32,5-36,5	36,6-39,3	40,5-47,0

Source : Reproduction à l'identique⁴⁴⁸ de l'affiche nommée « Fourchette d'adiposité cible » par la franchise.

Photographie 34

Outil de mesure mobilisé par l'enseigne



Source : Image issue du site internet de la marque Omron.

Mesuré avec le sérieux qu'il se doit⁴⁴⁹ et à l'aide d'un impédancemètre (cf. Photographie 34) dont l'adhérente ne sait rien de la validité scientifique⁴⁵⁰, le pourcentage exprimé renvoie à un adjectif qualificatif : « *supérieur* », « *excellent* », « *bon* », « *assez bien* », « *mauvais* », « *très mauvais* ». En procédant ainsi, l'enseigne classe et hiérarchise ses adhérentes comme peuvent le faire les institutions d'excellence, étudiées par Muriel Darmon et Manuel Schotté (2016), en fonction des performances scolaires des élèves inscrits en classe préparatoire ou sportives des coureurs sélectionnés par l'Institut National d'Athlétisme. Cet « examen » complet n'est pas non plus sans rappeler les analyses de Michel Foucault (1975, 217) dans un autre domaine, car il « *combine les techniques de la hiérarchie qui surveille et celles de la sanction qui*

⁴⁴⁸ L'image originale, prise au sein d'un établissement appartenant à ce réseau franchisé, figure en Annexe 16.

⁴⁴⁹ La cliente doit tendre les jambes puis les écarter selon la largeur des épaules, tendre les bras à hauteur des épaules, regarder droit devant elle et serrer les pouces sur les zones indiquées.

⁴⁵⁰ Les documents internes à la franchise donnent quelques précisions à ce sujet. Cet impédancemètre calcule le pourcentage de masse grasseuse présent dans le corps de la cliente à l'aide d'une résistance électrique et de plusieurs données préalablement renseignées tels que le sexe, l'âge, le poids et la taille. Concernant la validité scientifique de cet objet, il est seulement indiqué que « *les résultats sont ensuite mis en corrélation par la 'underwater weighing method' et la méthode DEXA (Dual Energy X-ray Absorbtiometry), reconnues comme étant les méthodes standard de mesure de la masse grasseuse* ». Cependant, on ne trouve aucune étude scientifique jointe ni aucune mention faite à l'organisme ou l'institution reconnaissant ces « méthodes ».

normalise ». En ce sens, on comprend qu'à travers la réalisation de ce diagnostic, les représentant.e.s des organisations *Curves* disposent de tous les éléments leur permettant de porter « *un regard normalisateur, [de mettre en place] une surveillance [qui les autorise à] qualifier, [à] classer [mais aussi à] punir* ».

3. De la beauté quel qu'en soit le prix

« *Gardez la forme, gagnez en force, perdez du poids*⁴⁵¹ ». A travers ce slogan, la franchise *Curves* enjoint ses adhérentes à travailler voire à transformer leur corps non pas à des fins de santé, comme cela a pu être vanté dans certaines de leurs publications ayant trait à la lutte contre l'obésité ou le diabète notamment, mais à des fins de performance corporelle. Les outils mobilisés par l'enseigne, que nous venons de décrire ci-avant, en sont une illustration et nous rapproche étroitement de l'analyse établie par Georges Vigarello (2012a), quant au rôle de la science dans l'établissement de modèles et de classements, qui fait de l'enveloppe corporelle un objet fait de chiffres et de savoirs. Mais cet ancrage sanitaire - perceptible à travers leur communication grand public, la formation de leurs collaborateur.rice.s, le recrutement de personnel qualifié en matière de sport adapté ou encore leurs dispositifs de classification des corps - se fissure peu à peu, altéré par les propos de plusieurs gérant.e.s et encadrant.e.s reconnaissant que « *Curves, c'est beaucoup commercial, forcément. Ouais moi je l'ai ressenti plus comme ça, tu le vends santé pour ... pour récupérer, pour vendre, pour faire de l'abonnement* » (Sonia, 35 ans, gérante et encadrante). Il semblerait donc que la santé ne soit qu'un leurre, une stratégie marketing supplémentaire pour promouvoir leurs propositions de services et ainsi générer davantage de profits, mais surtout pour contraindre le corps de leurs clientes à des impératifs qui se veulent uniquement esthétiques. L'ajout de la minceur en tant que septième catégorie de l'IMC, comparativement à celle proposée par l'Organisation Mondiale de la Santé, le traduit parfaitement, tout comme, l'intérêt porté aux « *jambes musclées* » ou « *plus minces* » apparaissant sur l'affiche intitulée « *tableau des mensurations* ». Par ces exemples, et de nombreux autres sur lesquels nous aurons l'occasion de revenir au cours de ce chapitre, l'enseigne érige la minceur en standard esthétique universel et stigmatise le mou, le gras, l'adipeux. Au-delà d'une « *lipophobie* », c'est bien dans un processus de « *féminisation du muscle* » (Fischler, 1993, 22) que s'inscrivent ces affiches relatives à l'IMC, aux mensurations ou encore au pourcentage d'adiposité. Sans jamais mettre en image d'idéal

⁴⁵¹ Ce slogan est visible sur leur site internet <http://www.curves.eu/fr>, consulté le 1^{er} novembre 2015 à 12h54.

corporel, comme ce peut être le cas dans les centres dits de remise en forme mixtes et certaines salles unisexes, nous en avons déjà fait état à plusieurs reprises, les calculs et les catégories qui leur sont associées diffusent un idéal corporel valorisant tant la minceur que « *la tonicité des chairs et le muscle* » (Fischler, 1993, 23).

3.1. De la quantification de la performance corporelle

Parallèlement à la planification et à la parcellisation du travail corporel, les salles de remise en forme *Curves* donnent à voir une autre spécificité celle de la quantification de l'effort. Dans un premier temps, elle se voulait ponctuelle et reposait sur la seule initiative des gérant.e.s et encadrant.e.s, qui proposaient selon leurs dires des « *défis* ⁴⁵² » ou des « *challenges* » en vue de rompre avec le caractère « *routinier* ⁴⁵³ » de leur *circuit-training*. Si certains d'entre eux inspirent l'humour, le rire, la bonne humeur ⁴⁵⁴, il en est d'autres qui poursuivent un tout autre objectif : la perte de ce qui est perçu comme superflu, s'éloignant ainsi de l'argument premier avancé par les professionnel.le.s (cf. Photographies 35).

Photographies 35

De la perte de calories et de poids comme défi



Sources : Photographies provenant de publications sur les réseaux sociaux de différentes structures *Curves*.

Au regard des publications apparaissant ci-dessus, nul ne peut s'y tromper, il s'agit bien de déclarer « *la guerre aux kilos* » accumulés au cours de l'été ; d'être belle pour les fêtes de fin d'année, ou encore de travailler sa silhouette à l'approche des vacances d'été, synonyme de

⁴⁵² C'est ainsi qu'ils sont nommés par les professionnel.le.s observé.e.s et/ou interrogé.e.s

⁴⁵³ Nous reprenons là aussi le vocable employé par certain.e.s de nos enquêté.e.s pour qualifier la pratique au sein des établissements *Curves*.

⁴⁵⁴ Nous en avons fait état au cours du Chapitre 4.

corps qui se dévoilent. Ces défis sont autant d'incitations à la performance esthétique et ce quelle que soit la période de l'année (septembre, décembre, avril) perpétuant l'idée, déjà mise au jour par David Le Breton (2010, 7) dans ses travaux, selon laquelle « *le corps de la femme est une guerre permanente afin de le tenir sous contrôle et qu'il ne s'éloigne pas des impératifs de beauté* ». Plus qu'une idée implicite, elle est parfois explicitée par le biais de tenues vestimentaires et/ou d'un champ lexical attachés au corps de l'armée. Le caractère performatif apparaît d'autant plus prégnant qu'il inclut son corolaire, le caractère compétitif, comme a pu le décrire Muriel Darmon (2008) avant nous en analysant les pratiques mises en place par les organisations visant à faire maigrir.

En suscitant ces confrontations ponctuelles, les salles de remise en forme *Curves* entendent maintenir l'investissement et les efforts de leurs adhérentes, comme le font les institutions spécialisées dans l'amaigrissement (Darmon, 2010). Une pratique qui s'est ensuite exacerbée et systématisée avec la mise en place d'un nouveau dispositif. Apparu au cours de notre enquête au sein des établissements de l'enseigne, l'outil « *smart* » est présenté par les communicants comme un moyen efficace pour agir sur la motivation de leurs abonnées - « *la motivation est facile à trouver mais il peut s'avérer parfois difficile de s'y tenir. C'est la raison pour laquelle nous avons inventé Curves Smart, un outil conçu pour que vous restiez motivée comme jamais auparavant*⁴⁵⁵ » - mais il se veut surtout être « *un super outil pour aussi tabler dans de la performance* » (Jennifer, 30 ans, encadrante). Concrètement, il prend la forme d'un badge personnalisé⁴⁵⁶ - chaque adhérente ayant une condition physique, une morphologie, une composition corporelle différente - devant être inséré dans un boîtier présent sur chaque appareil constituant le *circuit-training*. Il permet de comptabiliser le nombre de répétitions effectuées sur chacun d'eux par le biais d'une inscription de couleur rouge mais aussi de déterminer l'intensité de l'effort ainsi que l'amplitude des mouvements au moyen de jauges et de signaux lumineux (verts et oranges), comme le montrent les Photographies 36.

⁴⁵⁵ C'est en ces termes que ce nouveau dispositif est présenté au public sur le site internet de la franchise : <http://www.curves.eu/fr/about>, consulté le 28 avril 2020 à 12h08.

⁴⁵⁶ Chaque badge est programmé préalablement et tient compte des paramètres personnels de l'adhérente. Il la suit tout au long de son abonnement et enregistre toutes les données produites au cours de l'effort sur le *circuit-training*. Pour personnaliser son paramétrage et ainsi définir l'« *indice de performance*, [c'est-à-dire] *l'amplitude de mouvement pour la rapidité* » (Marie, 25 ans, gérante), un.e encadrant.e veille à la bonne réalisation des mouvements, à l'amplitude donnée, au rythme adopté tout au long du premier tour de circuit. Grâce à cette séance, le badge enregistre les « *capacités* » de la cliente et détermine l'objectif global qui sera le sien à l'avenir, celui-ci correspondant à la somme des scores réalisés sur chaque machine.

Photographies 36

La technologie au service de la quantification de l'effort



Sources : Photographies prises par Louchet, C.

Pour Béatrice (28 ans, encadrante) et Anthony (26 ans, encadrant) ce dispositif est particulièrement intéressant pour les pratiquantes car avec « *Smart tu travailles, t'as un objectif parce que tu dois être dans le vert. Et comme tu dois être dans le vert, t'as un objectif donc t'essayes toujours d'être dans ton objectif, d'être dans le vert* », « *si c'est orange, elles boostent elles-mêmes* ». Pour le dire plus simplement, les abonnées sont sans cesse encouragées à maintenir leur effort dans une zone définie, zone qui se veut évolutive dans le sens où elle est redéfinie au fil des séances réalisées. Car, les données s'accumulent dans le badge et permettent continuellement de réajuster les moyennes de chaque indicateur ; que sont le nombre de répétitions, l'amplitude et la puissance générée à chaque poussée ou levée. Ainsi, le système coloriel signifie directement à la cliente si la performance en train de se faire est en deçà (orange), équivalente (vert) ou supérieure (vert clignotant) à celles de ces dix dernières visites, incitant chacune à se prendre en main, à se construire par elle-même (Travailot et Haissat⁴⁵⁷, 2007). Et au regard des propos tenus par les pratiquantes interrogées, cela a bel et bien l'effet escompté (cf. Encadré 24).

Encadré 24

Extraits d'entretiens avec les adhérentes des structures *Curves*

- Mathilde (20 ans, étudiante) : « *avant c'est vrai que je faisais à mon rythme, heu j'allais, dès que j'avais mal heu, bah dès que je sentais que ça commençait à tirer, j'arrêtais. Que c'est vrai qu'avec la carte, les mesures elles sont enregistrées donc heu si tu, si tu travailles pas bien ou si tu t'arrêtes en plein, en plein milieu du truc, même si c'est que trente secondes heu ça change toutes tes performances en fait. Et pis vu que je voulais*

⁴⁵⁷ Un constat que les auteurs ont déjà pu réaliser au cours de leurs enquêtes réalisées dans ce même secteur d'activité.

tout le temps atteindre le cent pour cent (...), j'essayais d'être tout le temps dans le vert »,

- Solène (42 ans, assistante maternelle) : *« j'essaye d'être dans le vert »,*
- Emma (21 ans, étudiante) : *« la barre qui s'allonge, on est, on fait plus d'amplitude, on ramène plus, on pousse plus. Bah moi personnellement, je trouve que c'est beaucoup mieux Smart, personnellement je, j'trouve que ça m'aide à faire plus mes exercices, à faire, donc à plus pousser »,*
- Annie (52 ans, agent d'entretien) : *« oui j'essaye de rester sur le vert mais y a certaines machines c'est difficile ».*

Ce nouvel outil s'est très vite imposé dans le quotidien de ces femmes, elles reconnaissent d'ailleurs qu'il demeure difficile de s'en séparer même le temps d'une séance car, *« honnêtement sans et avec ça n'a rien à voir. Depuis qu'on a le badge Smart, on vit les séances autrement. Parce qu'on, on met plus d'intensité, on met plus de, de, je sais pas comment dire en fait, on est noté, heu on est suivi et on voit une évolution et, et c'est, enfin moi en tout cas j'ai besoin de ça⁴⁵⁸ »* (Samia, 33 ans, femme au foyer) d'autant qu'il s'avère être *« un bon repère visuel (...) Sans le badge, je sais pas du tout ce que je fais »* (Marylène, 53 ans, professeure des écoles). Par le biais de ce dispositif, qui encourage l'auto-évaluation, l'autocontrainte, ce sont bel et bien à des *« techniques de domination individuelle »* (Foucault, 1994, 785) auxquelles se livrent les adhérentes, techniques qu'elles appliquent également à leurs pratiques alimentaires nous en avons déjà fait état précédemment. Mais force est de constater qu'elles ne sont pas les seules à exercer ces actions de contrôle, elles sont aussi le fait des membres du personnel qui peuvent à distance vérifier *« si elle [la pratiquante] est assez rapide ou pas. Donc nous de loin, on peut voir si elle est dans le orange ou vert, ou le top du top, c'est d'être dans le vert clignotant »* (Jennifer, 30 ans, encadrante). Plus qu'une vérification, qu'un contrôle, les encadrant.e.s incitent chaque pratiquante à aller au-delà des performances habituellement réalisées *« même quand on voit que c'est vert, parce qu'y a vert et vert qui clignote, quand on voit que ça reste vert on dit 'bah tiens, pousse, essaye que ce soit le vert qui clignote' »* (Anthony, 26 ans, encadrant) pour *« les booster encore plus »* (Jennifer, 30 ans, encadrante). Si cette manière de faire est courante dans le domaine sportif, il s'agit bien de durcir les charges d'entraînements afin d'améliorer ses capacités physiques en vue de

⁴⁵⁸ Les propos de cette cliente ne sont pas sans rappeler ce qu'il se passe dans le cadre scolaire qui par ses évaluations, son système de notation contraint les élèves à s'investir, à travailler.

performer davantage, la finalité dans le cadre des salles de remise en forme diffère quelque peu dans le sens où la recherche du dépassement de soi n'a que pour seule vocation d'accélérer la perte de poids, de masse grasse et de centimètres et se veut donc être uniquement à des fins d'« *optimisation esthétique* ». Par cette formule, Camille Couvry et Marion Braizaz (2019, 688), qui se sont attachées à étudier la manière dont les participantes aux élections de miss engagent et travaillent leur corps en vue de le faire concourir, entendent regrouper l'ensemble des choix, des pratiques et des expériences contribuant à la construction de l'apparence physique.

Cette objectivation de l'engagement physique se prolonge *a posteriori*, autrement dit une fois les trente minutes nécessaires à la réalisation du *circuit-training* écoulées, par le biais d'un rapport numérique détaillé. Délivré à chacune des clientes, il renseigne nombre d'indicateurs pour permettre de « vérifier » si la performance réalisée sur l'ensemble des appareils est de qualité ou non, dans la moyenne ou non de leurs précédentes prestations (cf. Photographies 37). Dit autrement par Marylène (53 ans, professeure des écoles) : « *c'est comme quand on a fait une interro, on veut savoir la note finale* ».

Photographies 37

Visualiser sa performance



Sources : Photographies prises par Louchet, C. au cours d'observations participantes.

Tout d'abord, une silhouette symbolisant la cliente apparaît à l'écran. Parsemée de points verts et/ou oranges elle schématise et évalue l'engagement des différents groupes musculaires⁴⁵⁹ au

⁴⁵⁹ D'après leurs brochures ou leurs différents affichages, l'enseigne liste les groupes musculaires engagés pour la réalisation de leur *circuit-training*. En voici le descriptif pour chaque appareil : biceps et triceps (machine biceps/triceps) ; quadriceps et ischio-jambiers (extension / flexion des jambes) ; trapèze, deltoïdes et grand dorsal de la partie supérieure du corps (presse épaules / traction latérale) ; quadriceps, ischio-jambiers, fessiers et muscle ilio-psoas (presse jambes) ; abdominaux et muscles spinaux (abdos / dos) ; abducteurs et tenseur du fascia-lata (abducteurs / adducteurs de la hanche) ; rhomboïdes, grand dorsal et grand pectoral (pectoraux / dos) ; quadriceps,

cours de la pratique ; la dominante de vert étant associée à une séance de « qualité ». Ainsi, l'occasion est donnée à chaque adhérente de visualiser si elle « *est Shrek ou Casimir* » pour reprendre Sylvie (47 ans, comptable). Un premier retour visuel qui s'accompagne de données chiffrées, offrant ainsi à chaque cliente la possibilité d'affiner l'analyse des résultats obtenus en un clic, comme l'illustre la seconde illustration. Dans le cas présent, le pourcentage exprimé (89%) traduit un résultat en deçà de l'objectif moyen attendu, c'est pourquoi il est matérialisé en orange.

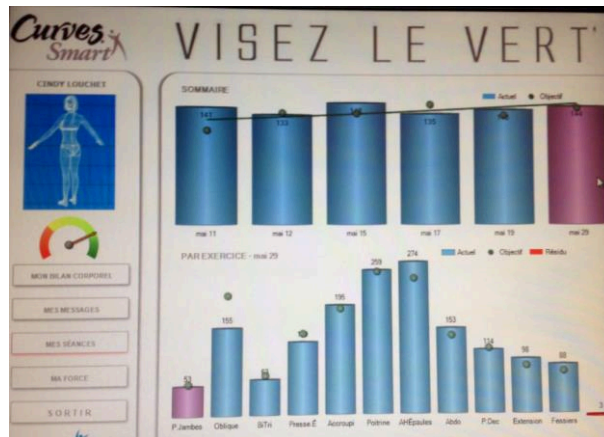
Ces premières données globales disparaissent ensuite au profit de chiffres et de diagrammes plus affinés, rendant compte de la hauteur de l'objectif (point vert), de son accomplissement ou non (symbolisé par le dépassement ou non de ce point), des résultats obtenus lors des dernières visites, du score attribué sur chacune des machines présente dans l'établissement et des « *résidus*⁴⁶⁰ » inscrits en rouge (cf. Photographie 38). Dit autrement par Emma (21 ans, étudiante) il s'agit de savoir si « *je me suis bien donnée. On peut voir, par exemple, à nos séances précédentes qu'est-ce que ça a donné. Si celle-là, j'ai été plus efficace ou oh la la, c'était catastrophique* ». Ces représentations chiffrées, qu'elles prennent la forme de silhouette, de diagrammes, de chiffres et/ou de pourcentages sont autant de traces gardées « *autorisant ainsi la constitution de séries, [faisant] figurer d'éventuelles régularités, des progressions ou encore des ruptures* » (Pharabod, Nikolski et Granjon, 2013 : 102). Tout cela, sous la mention « *visez le vert* » inscrite en lettres capitales, qui au regard de sa récurrence au sein de l'enseigne tend à s'imposer comme une injonction supplémentaire pour leurs abonnées.

ischio-jambiers, fessiers et muscle ilio-psoas (squats) ; oblique, carré des lombes (lever latéral) ; trapèzes, deltoïdes, grand dorsal (machine éponyme) ; ischio-jambier, quadriceps, fessiers, muscle ilio-psoas (appareil fessiers) ; muscles pectoraux, rhomboïdes, grand dorsal, trapèzes (travail des pectoraux) et enfin les obliques (appareil éponyme).

⁴⁶⁰ Terme employé par la franchise pour désigner l'écart entre l'objectif défini et les résultats obtenus. Si l'écart se veut négatif, il est symbolisé par un nombre de résidus.

Photographie 38

Quand les chiffres objectivent la performance



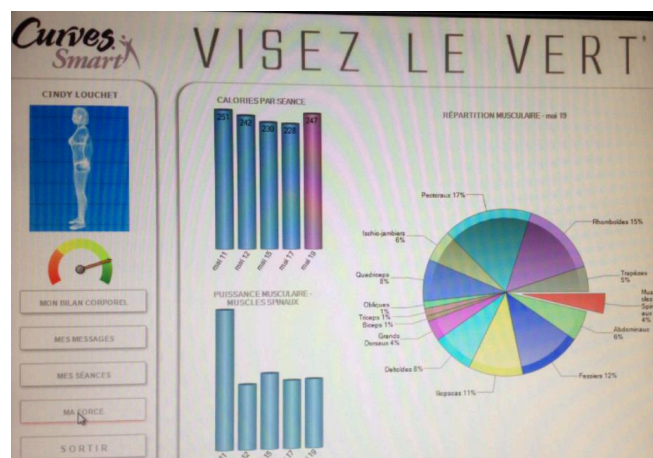
Source : Photographies prises par Louchet, C. au cours d'observations participantes.

Ainsi, selon une encadrante, « plus les colonnes bleues seront au-dessus des points verts, plus tu seras au-dessus de ton objectif général. Le rouge [les résidus], c'est la différence entre l'objectif général fixé et la séance réalisée. Les résidus, le rouge c'est ce que tu dois pas voir à la fin de ta séance. Si après ta séance t'as pas de résidus, ça veut dire que t'as bien visé le vert et c'est nickel. C'est que tu as atteint ton objectif » (extrait du journal de terrain).

Enfin, la dernière page du rapport permet d'accéder au nombre de calories brûlées, à la répartition du travail musculaire (diagramme circulaire) ainsi qu'à la puissance engagée par chaque groupe musculaire au cours de la séance et ce, à l'aune des précédentes performances (cf. Photographie 39).

Photographie 39

Des chiffres pour rendre compte de son engagement corporel



Source : Photographies prises par Louchet, C. au cours d'observations participantes.

Les données venant d'être présentées, aussi variées soient-elles, ne font cependant pas l'objet d'une attention identique. En effet, l'analyse des discours produits au cours des entretiens montre que les clientes se concentrent prioritairement sur leurs « échecs » en s'attachant à regarder « *où j'ai merdé entre guillemets* » (Annie, 52 ans, agent d'entretien), où « *j'avais le moins travaillées, les points oranges* » (Mathilde, 20 ans, étudiante), « *les muscles sur lesquels j'ai peut-être moins bien travaillé pour corriger* » (Janice, 42 ans, sans emploi, en cours de création d'une entreprise) et donc les éventuels « résidus ». Une manière de procéder qui nous rapproche une fois encore du registre scolaire à travers les pratiques de ses « bons élèves », capables d'intérioriser les normes qui régissent le milieu et le métier d'élève, de s'auto-évaluer pour définir de nouveaux objectifs à atteindre (Foulin et Toczek, 2006). Un premier constat qui nous conforte dans l'idée que ces mesures de soi participent à une forme d'objectivation pour toutes les adhérentes qui s'y livrent, les amenant à exercer un regard évaluateur sur leurs propres performances, comme l'ont montré Fabien Granjon, Vera Nikolski et Anne-Sylvie Pharabod (2011). Mais comme avancé précédemment, il ne s'agit pas pour nos enquêtées d'apprécier leur performance pour ce qu'elles sont d'un point de vue sportif mais bien de l'évaluer au regard de l'objectif à atteindre : la perte de poids, l'intérêt récurrent porté au nombre de calories brûlées ne faisant que renforcer cette conclusion : « *en premier les calories que j'avais perdues* » (Mathilde, 20 ans, étudiante), « *ce que je regarde c'est les calories que j'ai consommées (rires)* » (Janice, 42 ans, sans emploi, en cours de création d'une entreprise), « *je regarde les points orange, je regarde bah les résidus et je regarde les calories* » (Annie, 52 ans, agent d'entretien), « *le nombre de calories c'était quelque chose de waouh, j'ai perdu trois cent vingt calories, je vais pouvoir manger ça ou ça en plus* » (Solène, 42 ans, assistante maternelle), « *je regarde plutôt les calories brûlées* » (Paula, 63 ans, retraitée), « *ça [le nombre de calories], j'aime bien. Quand je fais plus de trois cents, je suis contente* » (Marylène, 53 ans, professeure des écoles). Et comment il peut en être autrement quand on sait que toutes ces procédures de quantification et de planification du travail corporel n'ont que pour seule et unique finalité d'amener leurs adhérentes à réussir leur examen mensuel⁴⁶¹, lui-même fait de mesures et de contrôle. La réussite, nous l'avons déjà rappelé à plusieurs reprises, étant synonyme de perte de poids, de gras, de centimètres.

⁴⁶¹ A l'image de ce qu'on observe dans le milieu scolaire et universitaire avec leur système de notation et de planification du travail personnel pour être à même de valider une matière, une année, un diplôme.

3.2. Contrôler la transformation corporelle

Pour « mesurer [la] progression⁴⁶² » de leurs adhérentes, « fixe[r] les objectifs aussi sur le long terme⁴⁶³ » et ainsi établir une comparaison avec les mensurations réalisées à leur inscription, les salles de remise en forme *Curves* reproduisent chaque mois durant cette quantification des corps faisant de celle-ci l'essence même du « suivi personnalisé », « individualisé ». Au moyen de cette procédure et des dispositifs décrits précédemment, les professionnel.le.s de l'enseigne prétendent répondre aux attentes de leur clientèle en les accompagnant dans leur transformation corporelle. Un constat qui n'est pas propre aux établissements enquêtés et qui peut être étendu plus généralement au marché de la forme, d'après les travaux d'Anastasia Meidani (2007). Mais les structures analysées vont plus loin dans cette entreprise, nous l'avons vu, en essentialisant la « mises en chiffres de soi » (Pharabod, Nikolski et Granjon, 2013, 99) et en recourant à divers arguments et procédés pour tenter de convaincre les plus récalcitrantes de leurs abonnées.

3.2.1. Un contrôle qui opère

Tout d'abord de manière orale comme l'expliquent Thibaut (46 ans, gérant) : « on respecte chacune c'est-à-dire si elle refuse totalement de le faire c'est un libre choix de sa part mais (...) sans quantifier [ses résultats] on n'aura pas la possibilité. Donc, on va travailler à moitié ». Par conséquent, « elle [la cliente] aura pas la joie de dire 'j'ai perdu autant de kilos, autant de masse grasse, autant de centimètres' » ou encore Jennifer (30 ans, encadrante) « moi j'insiste bien quand même, je les conditionne une semaine voire quinze jours avant en disant 'tel jour, telle semaine ça va être les mesures, oubliez pas mesdames' pour les conditionner déjà. Comme ça, elles savent que quand elles arrivent cette semaine-là c'est les mesures et je vais être au taquet sur elles ». A travers ces exemples, on est en mesure d'apprécier le recours à deux leviers ; le premier consiste à pointer la défaillance de la cliente, qui par son refus ne peut accéder et constater comme toutes les autres femmes les éventuels changements corporels ; quand le second repose sur l'insistance pour ne pas dire la pression exercée par les membres de l'institution, gérant.e.s comme encadrant.e.s., leur rappelant l'approche de leur « suivi individualisé ». Que ce soit au cours de la pratique, entre deux discussions et/ou corrections, ou encore à l'occasion des salutations de fin de semaine « bon week-end Carole, à lundi pour tes

⁴⁶² Nous reprenons ici, l'expression consacrée par la franchise dans son livret d'accueil.

⁴⁶³ Selon une gérante.

mesures⁴⁶⁴ », le sujet est régulièrement abordé. Mais d'autres moyens sont mobilisés par ces institutions. En effet, les dates retenues pour ce suivi personnalisé sont aussi notifiées de manière manuscrite dans la rubrique « évènements⁴⁶⁵ », par le biais d'un affichage interne, illustré par une balance dont la « taille » est ceinturée par un mètre ruban⁴⁶⁶. Une communication plus large sur le réseau social *Facebook* a également pu être observée, comme le montrent les photographies ci-après.

Photographies 40

Une prise de mesures qui ne passe pas inaperçue



Sources : Ces illustrations apparaissent sur les pages *Facebook* de différents établissements *Curves*⁴⁶⁷.

Cette mise en images s'accompagne de commentaires - « *cette semaine est dédiée à vos mesures* », « *dès demain ce sont les mesures ! Nous avons hâte de voir les résultats de vos efforts* », « *Semaine des mensurations ! Et une encore une fois, je vous retrouve dans cette publication* », « *c'est également la semaine des mensurations* », « *ce sont les mesures ! On ne lâche rien même pendant les vacances* », etc. ne laissant aucun doute quant à leur signification. Mais, une fois le caractère informatif dépassé, il n'est pas anodin de constater la

⁴⁶⁴ Prononcée par l'une des encadrantes lors de nos observations participantes, cette phrase est un exemple parmi tant d'autres.

⁴⁶⁵ La salle où nous nous sommes inscrites pour une durée de six mois, procédait ainsi. Une procédure qui a également été observée dans d'autres établissements *Curves*.

⁴⁶⁶ Nous l'avons illustré au cours du Chapitre 2.

⁴⁶⁷ Elles ont été publiées entre le 4 juillet et le 1er décembre 2019 sur les pages *Facebook* des établissements de Béthune, Douai, Lomme ou encore Vitry-en-Artois.

minceur incarnée par les silhouettes situées aux extrémités, la satisfaction éprouvée après avoir constaté une perte de poids ou l'espoir placé en cet objet qu'est la balance. Enfin, elles se concrétisent le jour J et ce, dès le seuil de la porte franchie. Chaque pratiquante, en procédant au passage de son badge, se voit immédiatement notifier sur l'écran d'accueil de la réalisation de ces mesures. Une information confortée par la présence⁴⁶⁸ des différents instruments dédiés à cet effet et des bribes de conversation s'échappant ici et là de l'espace commercial et/ou de pratique.

Les nombreux rappels dont ces mesures mensuelles font l'objet témoignent de l'importance accordée à cette procédure et nulle ne semble pouvoir s'y refuser ou si soustraire. Les moyens mis en œuvre par les représentant.e.s de ces organisations sportives les placent en figure d'autorité à même de contrôler les formes corporelles de leurs clientes. Car finalement - peu importe la forme retenue, qu'elle soit visuelle, textuelle ou orale, les canaux communicationnels mobilisés - il s'agit ni plus ni moins de transcrire les attendus normatifs en matière d'apparence physique, renvoyant ainsi les pratiquantes à une nécessaire et perpétuelle surveillance de leur poids (Le Breton, 2010a), aux normes de féminité auxquelles elles sont assignées et par conséquent à leur « *devoir de beauté* » (Guyard, 2010, 129).

Mais à en croire le discours de plusieurs adhérentes interrogées, c'est une procédure dont elles se passeraient bien. Avec l'effet de répétition, d'habitude, on pourrait s'attendre à ce que les craintes, les gênes ou encore la détestation⁴⁶⁹ du premier bilan s'amenuisent voire disparaissent et pourtant, il n'en est rien. Ce moment est toujours aussi redouté. C'est pourquoi, plusieurs enquêtées usent de stratégies d'évitement comme l'explique Samia (33 ans, femme au foyer) : « *elle [une encadrante] doit me peser et me mesurer, je suis en train d'essayer de, d'échapper au truc, mais je pense que je vais pas pouvoir y échapper longtemps* » ou de « *stratagèmes* » pour tronquer les résultats et ainsi tenter de faire illusion auprès des membres du personnel, comme le montre cet extrait de notre journal de terrain (cf. Encadré 25).

⁴⁶⁸ En dehors des dates retenues pour la réalisation du « suivi mensuel », la plupart des établissements enquêtés dissimulent les outils de mesure dédiés à cet effet, exception faite de la balance.

⁴⁶⁹ Marylène (53 ans, professeure des écoles), adhérente depuis plusieurs années, réalise ses mesures mensuellement et a enregistré une perte de poids de huit kilogrammes, pourtant elle assure : « *encore maintenant, je déteste [cette procédure]* ».

Encadré 25

Observations du vendredi 22 septembre 2017

L'annonce des mensurations à venir vient d'être épinglée sur le panneau d'affichage de la structure. Un moment qui coïncide avec la « *fin des écarts* », pour reprendre l'expression employée par Garance en vue de se préparer à l'examen corporel du mois d'octobre. Pour elle, cela signifie qu'il n'y aura « *plus de restos jusque là* » de peur que cela ne vienne anéantir l'ensemble de ses efforts. Pour Estelle qui l'accompagne, elle a deux sorties prévues pour le week-end et nulle envie de les annuler. Elle décide donc de se « *faire plaisir et après je me mettrai au régime, ça compensera (rires)* ». Des propos qui surviennent régulièrement à l'approche des mesures mensuelles. Dès qu'elles sont annoncées, affichées, plusieurs femmes n'hésitent pas à envisager des restrictions afin de maximiser leurs chances d'atteindre leurs objectifs, de passer haut la main leur examen.

Quand l'illusion ou les stratégies mises en place s'avèrent insuffisantes, il n'est pas rare que les femmes annoncent, avant même de monter sur la balance ou que le centimètre n'entoure leur corps, que les résultats ne seront pas ceux définis le mois précédent. Renaud (24 ans, encadrant) et Jennifer (30 ans, encadrante) en ont fait état au cours de l'interview : « *en général si elles avaient fait des excès ou si elles savaient qu'elles avaient grossies, parce qu'elles s'étaient pesées chez elles ou quoi, elles le disaient avant* », « *elles vont nous dire 'ah je sais j'ai fait des excès'* ». Pourtant, malgré les réticences et/ou les craintes exprimées précédemment, ces mesures corporelles sont acceptées à la quasi-unanimité⁴⁷⁰ par les abonnées, et ce, quels que soient leur âge, morphologie ou objectif(s). Plus que de l'acceptation, les femmes évaluent positivement cette procédure de quantification, comme le montrent les extraits d'entretiens ci-après.

Encadré 26

Extraits d'entretiens avec les abonnées de l'enseigne

- Jacqueline (71 ans, retraitée) trouve cela « *tout à fait normal (...) c'était un bon objectif* »,
- Julie (23 ans, assistante maternelle dans une crèche) : « *tous les mois on a notre pesée, il mesure notre tour de taille, enfin euh nos mesures, et ça c'est vraiment bien parce que*

⁴⁷⁰ Béatrice (28 ans, encadrante) a fait état de plusieurs cas de femmes ne souhaitant pas se plier à cette procédure de mensurations, mais elles sont très rares. Cela est confirmé par Jennifer (30 ans, encadrante) : « *sur les prises de mesure, on n'a pas beaucoup qui veulent pas du tout les prendre* ».

justement ça permet aussi de nous booster. (...) Y a vraiment, je vais dire, bah un suivi »,

- Lucia (52 ans, architecte libérale) : *« je trouve que [c'est] une bonne chose, et puis on a quelqu'un qui est attentif à nous, (...) on sent qu'elles [les encadrantes ainsi que la gérante] sont vraiment présentes »,*
- Annie (52 ans, agent d'entretien) : *« je suis bien contente, parce que ça quantifie, (...) ça te booste à perdre »,*
- Emma (21 ans, étudiante) : *« on doit se faire mesurer, c'est pour nous, c'est pas pour eux. C'est pour nous, pour savoir comment on évolue, si on va perdre des centimètres, si on va perdre du poids. On sait, c'est, ça nous permet encore plus de voir nos efforts (...). C'est vraiment un peu comme l'aboutissement, on voit vraiment... Bah on le voit déjà sur nous, mais en plus on a une petite confirmation »* ou encore,
- Lisa (51 ans, commerciale) : *« trouve ça bien, c'est un premier avant/après, je trouve ça très bien ».*

La satisfaction dont elles témoignent à l'égard de ce contrôle performatif montre combien la quantification de soi se banalise, se fait évidence pour attester de l'emprise qu'elles peuvent exercer sur leur corps, sa transformation. Georges Vigarello (2013a, 291) l'a lui-même observé au cours de ses travaux, l'amenant à dire que *« le sentiment d'efficacité organique diffuse s'est accru »*.

3.2.2. *Entre satisfaction et insatisfaction : des résultats en demi-teinte*

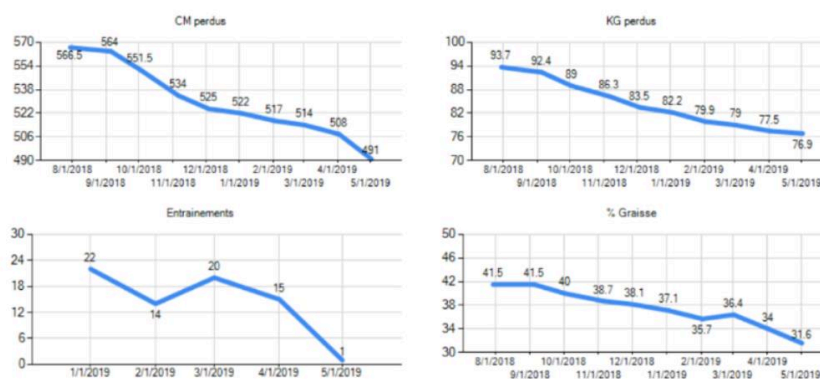
Cette recherche d'efficacité corporelle, nos enquêtées l'assouvissent avec les données objectives que sont les résultats mensuels⁴⁷¹, quand elles sont positives autrement dit synonymes de perte de centimètres, de masse grasse et/ou de poids : *« j'ai perdu quatre centimètres et demi de tour de taille en un mois. Moi, j'étais juste contente, quoi. Moi, heu, on aurait dit une gamine en train de sauter en l'air »* (Lisa, 51 ans, commerciale), *« j'ai perdu presque huit kilos quand même (...) depuis un an, un peu plus d'un an, je suis vraiment très régulière au niveau de mon poids. J'ai retrouvé un, un poids qui me convient, une taille qui me convient, je rentre dans mes fringues d'y a dix ans, donc je suis ravie »* (Marylène, 53 ans, professeure des écoles), *« j'ai perdu deux kilos en un mois, deux centimètres de tour de poitrine, un à la taille et un au bassin. Et zéro cinq au bras (...). J'ai eu, la, la satisfaction d'avoir perdu*

⁴⁷¹ Exception faite d'une très faible proportion de femmes qui elles ne poursuivent aucun de ces objectifs.

du poids, d'avoir perdu des centimètres » (Solange, 44 ans, assistante maternelle). Cette preuve par les chiffres, venant récompenser intrinsèquement leurs efforts⁴⁷², se veut également visuelle. A l'issue du « suivi » mensuel, un « rapport sur le poids et les mensurations » (cf. Photographie 41) est enregistré, imprimé puis délivré à la cliente. Selon les documents internes de la franchise, il s'agit de « publier son progrès », un progrès qui doit être partagé avec les membres de la famille, les amis ainsi que le médecin traitant. Présenté à l'aide de quatre graphiques intégrant les précédents résultats, il trace les courbes attestant des changements corporels progressifs, et ce depuis leur inscription et constitue une preuve supplémentaire de l'efficacité des propositions de services proposées par l'enseigne *Curves*.

Photographie 41

Un bilan mensuel tout en courbes



Source : Ce document est diffusé sur le réseau social *Facebook*, par un des établissements *Curves* de la région.

Quand les résultats se veulent satisfaisants, l'édition de ce rapport est attendu et fait même l'objet de demande explicite, comme le raconte Solène (42 ans, assistante maternelle), qui a enregistré une perte de poids conséquente depuis son arrivée, « moi tous les mois je demandais qu'elle me le sorte pour l'accrocher sur le frigo (rires), comme ça au moins je voyais, j'étais contente. Quand on invitait des gens, elles me disaient 'ah tu perds du poids' [et elle répondait], 'ouais, regarde ma courbe'. Et puis on voyait au départ, à la fin, enfin c'est sympa quoi. Donc tout ça c'est important ». En effet, il semblerait que ce soit véritablement important tant pour les femmes qui arborent leur fierté que pour celles qui ne parviennent pas à combler leurs attentes.

⁴⁷² Ces résultats positifs vont de pairs avec le sentiment qu'ils n'ont pas été vains, « c'est de me dire, ce que j'ai fait, ça sert à quelque chose » (Lisa, 51 ans, commerciale).

Ces adhérentes, quant à elles, vivent difficilement l'annonce d'une voire succession de « contre-performances », expression d'une stagnation ou d'une prise de poids, de centimètres et/ou de masse grasse. En pareilles circonstances, c'est souvent l'incompréhension qui domine, persuadées qu'elles ont réalisé les efforts nécessaires. Elles s'en remettent donc à l'« expertise » des membres du personnel. Convaincus de l'efficacité de leurs propositions de services, ces derniers procèdent dès lors au contrôle de différents critères ayant trait dans un premier temps à la pratique physique des femmes concernées - que sont la régularité des séances, l'engagement dont elles ont fait preuve lors de celles-ci - puis dans un second, à leur pratique nutritionnelle - en s'attachant à questionner le type d'aliments consommés, l'équilibre et le nombre de prises alimentaires quotidienne notamment. En choisissant de passer en revue les éléments précédemment cités, il s'agit bien de pointer les éventuelles défaillances des pratiquantes et donc de leur incomber la responsabilité de cet « échec » provisoire. Dit autrement, « *au sein de cet ethos somatique qui en appelle au volontarisme, (...) l'imperfection esthétique ne peut être qu'une faute dont l'individu est coupable* » (Meidani, 2007, 109). D'ailleurs pour certain.e.s gérant.e.s et encadant.e.s interrogé.e.s, ce n'est pas de l'incompréhension qui est exprimée par leurs clientes mais de la « *mauvaise foi. Y'en a toujours, qui vont nous dire 'j'ai rien perdu'. Mais dans la discussion on se rend compte qu'il y a un souci, un problème* » (Mégane et Mélanie, 32 et 28 ans, gérantes et encadrantes). Et la plupart du temps, « *tu fais semblant parce que tu sais très bien qu'elle est venue régulièrement mais c'est ce qu'elles mangent derrière qui pose problème* » (Béatrice, 28 ans, encadrante). Ainsi, les professionnel.le.s n'ont aucunement besoin de remettre en cause leurs compétences en terme d'encadrement, l'efficacité de leurs dispositifs ou encore de leur matériel, puisque la cause serait, selon eux, extérieure à leur organisation et échapperait de fait à leur prise. En l'état, les mesures mensuelles apparaissent comme une double sanction pour les principales concernées qui doivent, d'une part faire face à la déconvenue incarnée par leurs « mauvais » résultats et d'autre part, accuser le poids de leur responsabilité. Une manière de faire emprunte de représentations culturelles et sociales qui font de la non conformation corporelle la conséquence « *des qualités morales d'un individu, et plus particulièrement de son propre défaut de volonté, de motivation et d'autodiscipline* », comme a pu le montrer Dieter Vandebroek (2015, 18) en étudiant la violence symbolique subie par les individus en situation d'obésité. Et cela est parfois trop pour une seule femme, comme l'explique Mathilde (20 ans, étudiante) : « *même si je voulais être suivie, heu c'était un petit peu trop présent pour moi (...). Le fait d'avoir, de devoir tous les mois me peser et quand j'y arrivais pas, ça m'énervait* », et c'est la raison pour laquelle elle a précipité la résiliation de son abonnement.

Persuadés à tort ou à raison que l'alimentation de leurs abonnées est défaillante, un programme nutritionnel nommé *Curves Complete*⁴⁷³ est venu compléter un arsenal de procédures et de dispositifs déjà orienté sur la (auto) surveillance, l'(auto) évaluation et l'(auto) contrainte. Après avoir « été étudié [...] suivi par des médecins, [des] diététiciens⁴⁷⁴ », et avoir montré son efficacité⁴⁷⁵, il a ensuite été présenté aux professionnel.le.s exerçant leur activité pour le compte de la franchise dans le cadre d'une formation « maison » dédiée. Au cours de celle-ci quatre chapitres sont parcourus et appris par les protagonistes, qui se sont ensuite évalué.e.s par le biais de différents cas pratiques, chacun d'entre eux nécessitant environ sept heures de lecture et d'exercices. A l'issue de la formation, les gérant.e.s et encadrant.e.s sont déclaré.e.s comme « certifié[e.s] *Cleveland Clinic*⁴⁷⁶ », une certification dont, une fois encore, on ne connaît pas la validité. Cela ne semble pourtant aucunement entraver le développement de ce service au sein des différentes salles du groupe, qui proposent désormais toutes, en *sus* de l'encadrement de leur *circuit-training*, des conseils diététiques.

Mais l'accès à ce programme n'est pas à la portée de toutes les clientes, il implique une tarification majorée, ce qui peut en partie expliquer la faible proportion⁴⁷⁷ d'adhérentes qui en bénéficient. Mais d'autres raisons sont également avancées par les pratiquantes comme l'expliquent Solène (42 ans, assistante maternelle) qui a opté pour un suivi de trois mois, « *on avait des menus types. Mais après ça reste à peu près toujours la même chose* » ou encore Mathilde (20 ans, étudiante) qui quant à elle s'est ravisée en découvrant les conditions de ce régime, « *le problème c'est que j'ai trouvé ça trop, trop restrictif en fait. (...) Et pis après il fallait vraiment tout calculer* ». En épluchant les documents internes, que nous avons eu en notre possession, nous avons nous-mêmes été en mesure de les analyser.

Dans les faits, toute femme souscrivant à ce service supplémentaire s'engage, parallèlement à sa pratique d'entretien corporel, dans trois phases successives de régime. La première a pour objectif d'« *enclencher la perte de poids*⁴⁷⁸ » et prévoit la consommation de 1 200 kilocalories par jour, et ce durant toute une semaine. Au huitième jour, l'adhérente passe dans la deuxième

⁴⁷³ Ce programme est apparu au cours de notre enquête et a été peu à peu intégré aux propositions de services de tous les établissements *Curves* de la région.

⁴⁷⁴ Ces précisions ont été apportées par une gérante lors de la présentation de *Curves* et de ses origines.

⁴⁷⁵ Selon le manuel d'utilisation édicté par la franchise *Curves*, ce programme permettrait « *une perte de poids plus efficace que les autres régimes*. Cela tiendrait à plusieurs paramètres que sont la réduction du nombre de calories absorbées, l'accroissement de la dépense énergétique, l'ingestion de calories « *de meilleures qualités (accent mis sur les protéines, les fibres, les vitamines et minéraux)* », l'absence de sensation de faim et pour finir, la prise en compte du métabolisme.

⁴⁷⁶ *Cleveland Clinic* serait un centre académique médical américain, à l'origine de ce programme alimentaire.

⁴⁷⁷ Nous n'avons pas été en mesure de quantifier leur nombre sur l'ensemble de la région mais ce constat a pu être fait au cours de nos observations participantes comme non participantes au sein de différents établissements.

⁴⁷⁸ Nous reprenons ici la formule consacrée par la franchise.

phase, celle qui est censée faire perdurer le processus de perte de poids tout en maintenant la masse musculaire, raison pour laquelle le nombre de calories ingérés quotidiennement est augmenté de 300 kilocalories, les portant à un total de 1 500. Cette deuxième étape ne comporte aucune limite temporelle, elle ne peut théoriquement prendre fin qu'une fois l'objectif pondéral atteint ou à défaut être temporairement suspendue si la cliente concernée en ressent le besoin ou encore si elle a atteint un plateau, autrement dit si une stagnation du poids est constatée. Enfin, une troisième et dernière phase est ensuite proposée pour consolider les résultats obtenus, elle rappelle l'importance de conserver une alimentation saine et octroie un apport énergétique bien supérieur aux précédentes (entre 2000 et 2 500 kilocalories par jour) qui devra être maintenue tout au long de la vie. Cependant, en cas de reprise de poids, il est recommandé à la cliente d'agir en reprenant la phase 1 au moins pendant quelques jours. A travers ce descriptif, on remarque tout d'abord que le métabolisme ou la constitution corporelle de leurs abonnées ne sont aucunement pris en compte pour déterminer l'apport calorifique journalier. Il est établi de manière très généraliste et n'a pas vocation à être adapté en fonction des spécificités de chacune. Ensuite, si on se réfère aux analyses proposées par Etienne Bard (2019, 191), quant aux principes et caractéristiques d'un « régime très hypocalorique⁴⁷⁹ » qui consiste à consommer entre 800 et 1 000 calories par jour, ou au rapport de l'Agence Nationale de Sécurité Sanitaire de l'Alimentation (ANSES, 2010) portant sur les pratiques amaigrissantes, alors on peut qualifier les deux premières phases du régime *Curves Complete* d'hypocaloriques⁴⁸⁰ et de très restrictives. Pour finir, le descriptif ci-avant laisse présager un suivi scrupuleux de la part des membres de l'institution soumettant les clientes à un contrôle plus régulier, qui ne se veut plus mensuel mais hebdomadaire, à l'image des pratiques observées dans le cadre d'autres organisations privées marchandes proposant des programmes d'amaigrissement (Darmon, 2010). Parallèlement à la surveillance d'un quelconque changement corporel, les aliments consommés quotidiennement ainsi que leur quantité sont également scrutés et soumis au regard des gérant.e.s et encadrant.e.s. rétablissant ainsi une prise sur un élément qui leur échappait jusqu'alors. Ce faisant, il.elle.s définissent ce qui constitue une alimentation saine/malsaine et qualifient les bonnes/mauvaises calories, celles essentielles au fonctionnement de l'organisme versus celles qui seront stockées et responsables d'une prise de poids et d'adiposité (Vigarello, 1999). En ce sens, le programme alimentaire s'apparente à « un ensemble relativement cohérent de pratiques, discursives et non discursives, d'architectures, d'objets ou de machines, qui

⁴⁷⁹ Pour cela, il prend l'exemple du régime Mayo.

⁴⁸⁰ Les régimes étudiés impliquant une consommation comprise entre 1 200 et 1 500cal/j, ce qui est le cas présentement, sont qualifiés ainsi.

contribue à orienter les actions individuelles et collectives dans une direction » comme peuvent l'être les dispositifs scolaires analysés par Bernard Lahire (2005, 323).

L'analyse de ces nouvelles procédures montre combien les institutions *Curves* ainsi que leurs représentant.e.s inscrivent le travail corporel de leurs adhérentes dans une logique performative, guidée par l'accomplissement individuel, validant et perpétuant l'idée selon laquelle chaque femme a le corps qu'elle mérite. Ainsi, si elles consentent à respecter les préconisations émises par les professionnel.le.s en termes d'exercices physiques et d'alimentation, si elles s'astreignent à un calcul permanent des coûts et bénéfices engendrés par leurs propres pratiques, elles seront récompensées de leurs efforts, tel est le message véhiculé et mis en image par l'enseigne *Curves* (cf. Photographies 42).

Photographies 42

Encourager l'effort pour se voir récompenser



Sources : Photographies d'affiches encadrées dans deux établissements de la région.

Dit autrement, si leurs clientes ne cèdent pas « *aux bénéfices pulsionnels immédiats* », elles seront à moyen ou long termes en mesure d'apprécier des changements sur leur corps. Il en va de leur seule responsabilité et de leur seule volonté. Cela n'est pas sans rappeler les techniques mobilisées par les pouvoirs publics pour sensibiliser la population française à nombre de sujets ayant trait à la santé (Memmi, 2010, 306). Pour l'incarner, les établissements *Curves* n'hésitent pas à mettre en place un dernier dispositif celui de la sanction ; valorisant les pratiquantes les plus méritantes - « *si elle[s] sont] contente[s] et elle[s] perd[ent], c'est l'opportunité de la récompenser pour son progrès, féliciter ses résultats et reconfirmer son engagement* » - pour mieux invisibiliser les autres, - « *si les résultats n'étaient pas ce qu'elle[s] voulai[ent], rappelez-lui ce qu'il faudrait faire pour avoir les bienfaits maximums⁴⁸¹* ».

⁴⁸¹ Cela est mentionné dans le manuel d'utilisation de la franchise *Curves*.

3.3. De la performance naît la réussite

Si l'ensemble des dispositifs mis en place par l'enseigne *Curves* induit un « *rapport (...) au corps [qui] se fait sous l'égide de l'autocontrainte et de la culpabilisation* », pour reprendre un constat effectué par Thibaut de Saint Pol (2010, 120) en étudiant la place et la perception du corps au sein de l'espace social, ils prévoient également un système de gratification. Dans les faits, il s'agit pour cette institution sportive de récompenser individuellement chacune de leurs adhérentes en fonction de 1) la régularité, autrement dit celles ayant réalisé un minimum de douze séances au cours du mois, conformément aux recommandations émises par les gérant.e.s et encadrant.e.s à raison de trois entraînements par semaine ; 2) la planification de leur visite, celles ayant procédé au remplissage du classeur dédié à cet effet ; 3) la performance, c'est-à-dire tout ce qui entoure la perte de ce qui est jugé comme superflu ; 4) l'atteinte de l'objectif complet fixé le ou les mois précédents. Ces « récompenses » prennent la forme d'« euros *Curves*⁴⁸² » (cf. Photographies 43) qui « *se gagnent qu'à la sueur de son front* », pour reprendre l'expression d'une gérante, et demeurent confidentielles, circonscrites à l'échange entre l'adhérente et les membres du personnel.

Photographies 43

Récompenser les comportements conformes aux attentes de l'institution



Sources : Photographies des « euros *Curves* » obtenus au cours de nos observations participantes

Cette reconnaissance apparaît comme un levier supplémentaire permettant d'astreindre leurs clientes à une forme de discipline comme le montrent les propos de ces gérantes concernant l'assiduité : « *on les récompense quand elles viennent trois fois par semaine donc tout est basé autour de ça. (...) Si elles viennent trois fois dans la semaine, elles récupèrent des euros Curves* » (Dominique, 58 ans), « *quand elles viennent douze fois dans le mois on leur donne vingt euros Curves* » (Emeline et Jessy, 34 et 32 ans, gérantes et encadrantes). Mais outre le recours à cette monnaie fictive, qui permet à mesure que la cagnotte augmente de réaliser des achats de

⁴⁸² Cette monnaie fictive permet de s'offrir écharpe, gourde, pare-soleil, peluche et autres objets présents dans le catalogue, portant la marque de l'établissement. Ces euros sont remis lors du suivi personnalisé mensuel ou de défis relevés au cours des animations proposées ponctuellement.

vêtements et autres goodies à l'effigie de l'enseigne, un cadeau est également décerné aux plus assidues. En effet, à chaque centaine d'entraînements réalisés, les pratiquantes se voient remettre un tee-shirt de l'enseigne en guise de récompense sur lequel figurent les chiffres, 100, 200, 300 etc. comme l'illustrent les photographies ci-contre.

Photographies 44

Récompenser les abonnées les plus investies dans la pratique



Sources : Photographies⁴⁸³ issues de la page Facebook d'un établissement Curves.

Un cadeau qui a son importance, le posséder et le revêtir suscitent la fierté comme le raconte Lucia (52 ans, architecte libérale) : « *on est fière, on est fière. Mais, quand je l'ai eu, on m'a dit que maintenant il fallait avoir le deux cents (rires)* ». Et ce sentiment est exacerbé dès lors que ces « bons » résultats dépassent le caractère privé pour devenir public.

3.3.1. Sanctionner publiquement les performances corporelles

Là encore, l'analogie avec les travaux de Dominique Memmi (2010, 307) sur les campagnes de prévention est précieuse, car comme elle, nous avons pu constater que « *la jouissance du calcul, du contrôle et de la juste évaluation de soi n'est pas purement solitaire, elle [s'accompagne également d'une] héroïsation collective* ». Car contrairement aux professionnels de santé, auxquels ils se comparent voire s'assimilent régulièrement, les gérant.e.s et encadrant.e.s ne se soumettent aucunement au secret s'agissant des données recueillies sur leurs clientes. Si les « contre-performances » demeurent à la discrétion⁴⁸⁴ de ces dernières, les meilleurs résultats font quant à eux l'objet d'une diffusion au sein de la structure, valorisant aux yeux de toutes les « bonnes élèves » et encourageant celles n'ayant pas acquis ce statut à s'investir davantage.

⁴⁸³ Il convient de préciser que ces photographies ne sont pas publiées telles qu'elles sont présentées ci-avant. Même si ces contenus demeurent en accès libre, nous avons souhaité préserver l'anonymat des femmes y figurant, nous amenant à faire disparaître le visage de chacune d'elles. Nous procéderons ainsi jusqu'à la fin de ce chapitre.

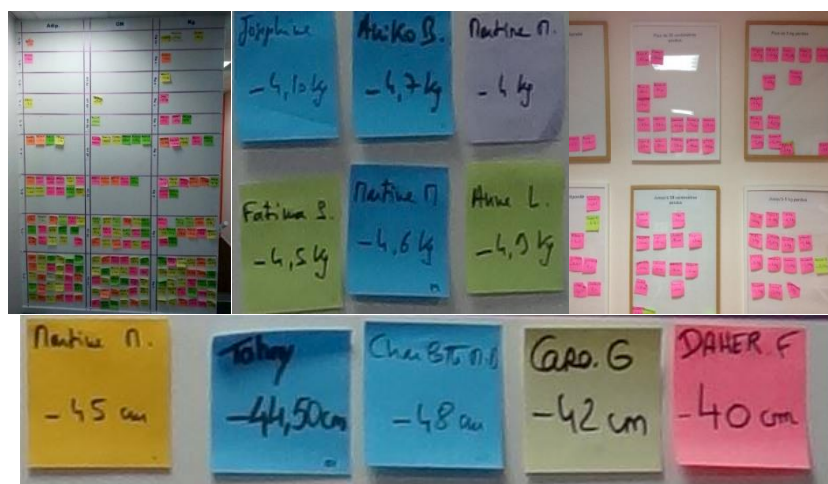
⁴⁸⁴ Une discrétion qui demeure en surface dans le sens où la non communication de leurs résultats constitue une preuve de leur échec.

Cela se vérifie avec les tee-shirts célébrant chaque centaine d'entraînements menés comme le racontent ces pratiquantes au cours d'un entretien « *quand j'y vais ouais y a plusieurs adhérentes qui ont leur tee-shirt. (...) Ça incite quand même à se dire, bah moi dans quelque temps, je l'aurai aussi, je serai au même niveau* » (Julie, 23 ans, assistante maternelle dans une crèche), « *quand je vois quelqu'un qui en a un, qui a les deux cents, je dis c'est bien. Trois cents, quatre cents, cinq cents et elles me disent 'ouais je viens depuis le début'* » (Lucia, 52 ans, architecte libérale), « *y a toujours des personnes âgées, quoi pas âgées mais des femmes qui doivent avoir soixante-cinq, soixante-dix ans et elles sont à 500 sur le maillot et moi je me dis bah dis donc elles ont du courage* » (Maéva, 25 ans, pharmacienne).

Il en va de même avec les post-it de couleurs nominatifs, comme le montrent les photographies ci-après.

Photographies 45

La réussite des pratiquantes affichée et hiérarchisée



Sources : Photographies prises par Louchet, C. au cours d'observations participantes et non participantes.

A travers ces « *tableau[x] de reconnaissance*⁴⁸⁵ », on est en mesure d'apprécier la valorisation de chaque kilogramme, centimètre, pourcentage d'adiposité perdu. Une manière de procéder qui remémore à chacune l'objectif à atteindre, les injonctions normalisatrices qui pèsent sur leur apparence, en somme leur devoir de beauté qui consiste à tendre vers la minceur, à acquérir forme et tonicité (Travaillot, 1998). Et quand on sait que ces affichages peuvent s'étendre jusqu'à un mètre cinquante sur trois mètres et qu'ils sont souvent placés dans des lieux de passage obligé, il semblerait que nulle ne puisse ignorer leur présence. Une façon comme une autre de rappeler l'efficacité de leurs propositions de services au sens large, de prouver que les

⁴⁸⁵ C'est ainsi qu'ils sont nommés par la franchise *Curves*.

corps se transforment « vraiment » au fil des séances et qui vient conforter leur prétendue expertise⁴⁸⁶ en la matière. Mais cette « célébration » apparaît également comme un moyen supplémentaire de hiérarchiser leurs adhérentes, chacune étant « *sujet et objet d'un positionnement (...) chacune pren[ant ainsi] conscience de sa 'place'* » au sein de cette « *institution classante*⁴⁸⁷ », à l'image des étudiant.e.s en classes préparatoires à la découverte de leurs notes⁴⁸⁸ (Darmon et Schotté, 2016, 50-51). En effet, il n'est pas anodin de constater que les affichages, qu'ils prennent la forme de cadres ou de tableaux matérialisés sur les murs, présentent des catégories ; les plus « prestigieuses » demeurant les plus élevés. Une volonté de la franchise qui, à travers ses documents internes, rappelle aux professionnel.le.s l'intérêt de procéder de la sorte, cela « *encourage et motive d'autres adhérentes qui travaillent pour atteindre leurs objectifs* ». Et ils ont d'ailleurs pu l'éprouver par eux-mêmes si on en croît les propos tenus par Emeline et Jessy (34 et 32 ans, gérantes et encadrantes) qui font état du besoin de « *reconnaissance, ouais, ouais elles [en] ont besoin, parce que des fois, des fois y a des maris qui font pas forcément attention à elles ou etc. donc... De venir dans un endroit où elles sentent, où elles savent qu'elles vont être valorisées, (...) elles sont contentes, elles aiment bien* ».

D'autant que cette valorisation dépasse largement les murs de l'enceinte. En effet, il semblerait qu'il faille partager cette réussite au plus grand nombre, au moyen de publications sur les réseaux sociaux, outil de communication privilégié par les établissements de remise en forme démixés (cf. [Chapitre 3](#)). L'institution *Curves* ne déroge pas à la règle et profite de ce canal de diffusion pour répandre publiquement les résultats de leurs adhérentes. Il s'agit tout d'abord de fêter chaque centaine d'entraînements menés, sanctionnant positivement l'investissement des plus assidues. Ainsi, chaque femme concernée obtient le droit de faire la une, comme en témoignent les images suivantes.

⁴⁸⁶ Expertise qui se veut déjà, nous l'avons vu, appuyée par des études dites scientifiques.

⁴⁸⁷ Si les milieux enquêtés diffèrent de ceux des auteur.e.s, les procédures mises en place par l'institution *Curves* autorise, selon nous, cette analogie.

⁴⁸⁸ Elles font l'objet d'un affichage public.

Photographies 46

Quand la pratique s'inscrit dans la durée et qu'elle est récompensée



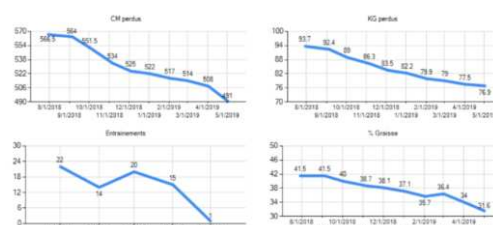
Sources : Photographies issues des pages Facebook de différentes structures de remise en forme Curves.

Photographiées devant le « tableau de reconnaissance », sur le *circuit-training*, seule ou en groupe, ces pratiquantes arborent toutes fièrement et avec le sourire ce nouveau cap franchi. De même, quand les abonnées parviennent, au cours des semaines voire mois de pratique, à se transformer corporellement au sein de l'institution, des messages de félicitation apparaissent sur leur fil d'actualité systématiquement assortis des chiffres faisant preuve. Et là encore, les photographies parlent d'elles-mêmes.

Photographies 47

Les chiffres et les courbes de la réussite

BRAVO à Audrey! 🎉👏👏
Félicitation pour ta motivation, ta détermination et tes entraînements 🙌
- 76 CM 🙌
- 16,8 KG 🙌
- 10% de masse grasseuse 🙌
Au top!



Source : Photographies de publications postées sur les réseaux sociaux par une salle de la région.

Mais quantifier les résultats s'avère parfois insuffisant, les données chiffrées ne permettant pas de rendre compte des changements opérés sur les corps. Pour y remédier et attester visuellement de ces derniers, les gérant.e.s et encadrant.e.s recourent à ce qu'ils nomment les photographies « avant-après ».

Photographies 48

Prouver la transformation sur les corps



Sources : Photographies des publications postées sur les réseaux sociaux par plusieurs salles enquêtées.

Une manière de faire qui ne relève pas d'initiatives personnelles mais bien d'une recommandation de l'enseigne - qui elle aussi à travers son site internet diffuse ce qu'elle nomme les « *meilleures* » évolutions, instaurant par la même occasion une autre forme de contrôle social entre les clientes, cette fois. Les plus « récalcitrantes », celles se refusant à faire de même, sont ainsi encouragées à s'y plier.

3.3.2. Une reconnaissance par les pairs soigneusement orchestrée

Passées les différentes étapes de la valorisation de soi, étroitement liée nous l'avons montré à la notion d'évaluation qu'elle soit d'ordre personnel ou institutionnel, une ultime épreuve attend les adhérentes les plus performantes aux yeux de l'organisation celle de la reconnaissance par les pairs. Un constat qui peut surprendre quand on sait qu'il n'y a aucun jugement, aucun regard entre les femmes exerçant leur activité d'entretien corporel au sein de ces établissements démixés (cf. Chapitre 4). Il est pourtant une exception qui déroge à la règle : l'« *élection de la Curvette de l'année* ». Avant de se soumettre aux votes des autres adhérentes et pouvoir prétendre à un quelconque titre, les prétendantes doivent candidater dans l'une des trois catégories proposées par l'enseigne à savoir « *transformée* », « *inspirationale* » ou « *plus de 60 ans* ». Les membres du personnel, ayant souvent encouragé leur participation, les guident dans cette nouvelle entreprise en s'appuyant sur les résultats déjà obtenus depuis leur inscription, ce qui participe une fois encore à la validation de leurs dispositifs d'encadrement, de contrôle des pratiques physiques et/ou alimentaires. Mais ces données objectives ne suffisent pas à elles-seules pour remplir toutes les conditions d'éligibilité. En effet, la présentation de soi demeure un autre impératif, invitant les pratiquantes concernées non plus seulement à soigner

leur apparence comme cela peut être le cas dans les concours de beauté (Couvry, 2016) mais aussi à se raconter et parfois intimement. Chacune rend ainsi public son histoire, son parcours corporel avec ses « ratés », ses difficultés jusqu'à leur inscription dans une salle de remise en forme *Curves*, synonyme de reprise en main de leur apparence voire de leur vie⁴⁸⁹. C'est ce qui transparaît dans les « témoignages⁴⁹⁰ » de plusieurs des candidates comme le montrent les extraits ci-dessous.

Encadré 27

Extraits de témoignages affichés au sein de différentes structures *Curves*

- Nathalie (candidate dans la catégorie 'inspirationnelle') : « *ma vie a basculé le 13 décembre 2014 suite au décès brutal de mon mari. (...) Pendant 2 ans, j'ai vécu recluse chez moi. (...) Aujourd'hui, s'il y a bien une chose que je ne regrette pas c'est mon inscription. L'objectif que je m'étais fixée de 3 fois par semaine est très vite passé à 5 tellement le résultat est exceptionnel. En trois mois, je suis passée de la taille M à la taille S, chose dont je suis fière puisqu'à la base je m'étais juste inscrite pour interrompre ma solitude (...). Aujourd'hui grâce à Curves, je vais très bien physiquement, moralement et suis très épanouie⁴⁹¹ »,*
- Sylvie (candidate dans la catégorie 'transformée') : « *je n'ai jamais été fini, et ayant eu trois grossesses, le poids s'est facilement accumulé. En plus, j'ai décidé d'arrêter de fumer, ce qui n'a pas arrangé les choses (...). J'ai choisi comme solution les régimes. Cela a fonctionné, mais je reprenais le poids perdu peu de temps après, voire même plus (...). Je ne supportais plus cette situation et je ne voulais plus me cacher. Le regard des autres était difficile, et j'avais du mal à m'assumer car je me sentais mal dans ma peau (...). Quand j'ai franchi la porte de Curves, à ce moment même, ma vie a changé ! En 20 mois, j'ai perdu 17kg, 9 cm de poitrine, 13,5 cm de taille, 18,5 d'abdomen, 11 cm de hanches, 8 cm de cuisses, 3 cm de bras. Et maintenant, je ne saurais plus faire sans Curves. Je me retrouve une féminité que je pensais perdue, je suis comblée (...), je suis bien dans ma peau »,*
- Martine (candidate dans la catégorie '+60 ans') : « *je me suis dit que ce serait bien de*

⁴⁸⁹ Dit autrement par deux gérantes interviewées, « ils [elles parlent des représentant.e.s de la franchise] ont fait récemment la Curvette de l'année, donc c'était pas mal quoi. Ça récompense vraiment les filles qu'ont perdu du poids, ou qui ont changé quelque chose dans leur vie » (Emeline et Jessy, 34 et 32 ans, gérantes et encadrantes)

⁴⁹⁰ C'est ainsi qu'ils sont nommés tant par les clientes que par l'enseigne.

⁴⁹¹ Les propos de ces adhérentes ont été affichés dans l'une des salles enquêtées et relayés par le site internet de l'enseigne à l'adresse suivante <http://www.curves.eu/fr/stories/nathalie>, consulté le 13 mai 2019 à 18h44.

faire un peu de sport, afin de garder la forme et le contact avec d'autres personnes avant d'être en retraite. (...) Ma participation 3 à 4 fois par semaine m'apporte un défolement et un rythme permanent dans une ambiance familiale et sympa. De plus, touchée par un cancer du sein en décembre 2015, j'ai pu constater la sympathie [de l'ensemble des membres du personnel], ce qui m'a donnée une motivation supplémentaire pour un retour rapide. Donc, depuis 5 ans, je me sens bien dans ma tête et mon corps. Bientôt 700 séances ».

Ces adhérentes sont unanimes, il y a un avant et un après, faisant de leur engagement au sein d'une structure *Curves* un tournant décisif dans la manière de percevoir et d'appréhender leur corps, leur bien-être tant physique que mental. De plus, en couchant sur le papier leurs expériences douloureuses - que sont la perte d'un conjoint, le jugement des autres ou encore le combat contre le cancer - ces femmes ne se veulent pas seulement des adhérentes exemplaires d'un point de vue de leur assiduité, investissement, performance corporelle, elles apparaissent comme des « *conquérantes, battantes* » pour reprendre les termes employés par Yves Travaillot et Sébastien Haissat (2007, 21) pour qualifier le « *nouveau modèle de femmes épanouies, intégrées dans la société* ». Si contrairement à leurs observations, nos enquêtées n'arbovent pas systématiquement un corps mince et/ou marqué par la pratique physique et sportive (cf. Photographies 49), elles n'en demeurent pas moins méritantes⁴⁹² au regard du chemin parcouru depuis la souscription de leur abonnement.

Photographies 49

Une éléction pas comme les autres



Sources : Photographies prises au sein d'un établissement *Curves* au cours de nos observations participantes.

Et il semblerait qu'elles le soient davantage encore compte tenu des épreuves traversées, les invitant non plus à se contenter de la reconnaissance de l'organisation et des professionnel.le.s

⁴⁹² Aux yeux de l'institution.

mais à rechercher celle des pairs, comme le font les anciens fumeurs décrits par Dominique Memmi (2010, 307). En se présentant à l'élection de la pratiquante de l'année, ces clientes se rendent complices des procédés d'« *héroïsation collective* » mis en place par l'institution et deviennent actrices de leur propre mise en scène.

3.3.3. *Une réussite jamais totalement assouvie*

Tout au long de ce chapitre, nous avons montré les moyens mobilisés par l'institution *Curves* pour tenter d'agir sur le corps de leurs clientes en vue de les voir se conformer aux attendus normatifs en matière de beauté et de féminité. Ainsi, elle perpétue l'idée, déjà admise par nombres de femmes (Braizaz, 2016) dont nos enquêtées font partie, selon laquelle la féminité s'acquière au prix d'efforts, voire de sacrifices. La maîtrise de la silhouette apparaît comme un élément décisif dans cette quête, et ce quel que soit le ou les recours utilisés pour y parvenir (Ferez et Thomas, 2014). Les actions délibérément menées à travers la pratique physique et/ou les régimes amaigrissants, les procédures de surveillance ainsi que les données chiffrées faisant preuve (Pharabod, Nikolski, Granjon, 2013) traduisent finalement une perception du corps qui se veut être un résultat, un travail constant en vue de mener à bien un projet : celui de l'accomplissement de soi (Travaillot et Haissat, 2007). Au regard de nos analyses et des résultats obtenus par les adhérentes inscrites au sein des salles de remise forme de la franchise, ce dessein apparaît réalisable et surtout concrétisé par plusieurs d'entre elles, c'est d'ailleurs pour cette performance qu'elles se voient valorisées par l'organisation et ses représentant.e.s. Mais les objectifs poursuivis par les pratiquantes interrogées nous amènent à relativiser ce constat, comme le montre le tableau présenté ci-dessous⁴⁹³.

⁴⁹³ Pour ce tableau, qui reprend nombre de données chiffrées déjà versées à l'analyse au cours de ce chapitre, nous avons volontairement procédé à l'éviction de toutes les femmes s'adonnant à leur activité d'entretien corporel au sein d'autres établissements. Seules les adhérentes des structures *Curves* ont donc été considérées. En procédant ainsi, il s'agissait de rendre compte des résultats obtenus *versus* espérés par ces dernières et uniquement ces dernières afin de déterminer si les divers dispositifs mis en place par les institutions *Curves*, notamment ceux ayant trait à la valorisation des performances, ont un effet sur les attentes de leurs clientes en matière de perte de poids.

Tableau 31

Une insatiable perte de poids

Nom et âge	Poids à l'entrée	IMC à l'entrée	Poids actuel	IMC actuel	Poids espéré	IMC attendu
Annie (52 ans)	73 kg	30,39 kg/m ²	65 kg	27,06 kg/m ²	63 kg	26,22 kg/m ²
Catherine (50 ans)	54 kg	20,83 kg/m ²	48 kg	18,52 kg/m ²	Perdre des kg	Indéfini
Emma (21 ans)	54 kg	22,48 kg/m ²	54 kg	22,48 kg/m ²	Stabilisation	22,48 kg/m ²
Hélène (28 ans)	55 kg	19,49 kg/m ²	55 kg	19,49 kg/m ²	Prendre des kg	Indéfini
Jacqueline (71 ans)	64 kg	26,3 kg/m ²	64 kg	26,3 kg/m ²	Stabilisation	26,3 kg/m ²
Janice (42 ans)	63 kg	26,56 kg/m ²	58 kg	24,46 kg/m ²	Perdre mais indéfini	Indéfini
Julie (23 ans)	55 kg	21,48 kg/m ²	55 kg	21,48 kg/m ²	53 kg	20,7 kg/m ²
Katia (50 ans)	89 kg	35,65 kg/m ²	69 kg	27,64 kg/m ²	60 kg	24,03 kg/m ²
Lisa (51 ans) ⁴⁹⁴	78 kg	26,99 kg/m ²	69 kg	23,88 kg/m ²	Perdre mais indéfini	Indéfini
Lucia (52 ans)	95 kg	32,87 kg/m ²	90 kg	31,14 kg/m ²	80 kg	27,68 kg/m ²
Maéva (25 ans)	67 kg	24,61 kg/m ²	65 kg	23,88 kg/m ²	55 kg	20,2 kg/m ²
Marylène (53 ans)	72 kg	27,1 kg/m ²	64 kg	24,09 kg/m ²	60 kg	22,58 kg/m ²
Mélanie (20 ans)	88 kg	33,53 kg/m ²	85 kg	32,39 kg/m ²	65 kg	24,77 kg/m ²
Noémie (37 ans)	60 kg	21,26 kg/m ²	60 kg	21,26 kg/m ²	Stabilisation	21,26 kg/m ²
Paula (63 ans)	76 kg	26,93 kg/m ²	76 kg	26,93 kg/m ²	Stabilisation	26,93 kg/m ²
Samia (33 ans)	60 kg	22,58 kg/m ²	60 kg	22,58 kg/m ²	53 kg	19,95 kg/m ²
Solange (44 ans)	90 kg	31,51 kg/m ²	88 kg	30,81 kg/m ²	75 kg	26,26 kg/m ²
Solène (44 ans)	84 kg	31,23 kg/m ²	64 kg	23,8 kg/m ²	Stabilisation	23,8 kg/m ²
Sylvie (47 ans)	108 kg	37,37 kg/m ²	83 kg	28,72 kg/m ²	78 kg	26,99 kg/m ²

Source : Tableau réalisé par Louchet, C. à partir du discours des enquêtées.

En effet, même si ces données chiffrées attestent d'une diminution de masse corporelle pour la majorité de nos enquêtées, du moins celles qui poursuivaient cette entreprise (13⁴⁹⁵/14), force est de constater que rares sont celles à s'en satisfaire (1/14). Exception faite de Solène (44 ans, assistante maternelle) qui après ses vingt kilos perdus souhaite stabiliser son poids et son IMC désormais perçus comme relevant de la normalité, toutes les autres aspirent à continuer leur transformation corporelle. Si près de la moitié d'entre elles se trouve, malgré leur engagement, encore en situation de surpoids (3/14) ou d'obésité (3/14), l'autre moitié quant à elle (7/14) présente un indice de masse corporelle compris entre 18,5 et 25 kg/m², autrement dit conforme aux attendus sanitaires fixés par l'Organisation Mondiale de la Santé. Mais malgré cette conformité, elles demeurent insatisfaites de leur corps comme l'expliquent Marylène (53 ans,

⁴⁹⁴ Parallèlement à sa pratique dans un établissement *Curves*, elle a entrepris un régime alimentaire avec le groupe commercial *Weight Watchers*. Nous ne pouvons donc imputer sa perte de poids à la seule activité physique au sein de cette structure privée marchande dédiée à la forme.

⁴⁹⁵ Si dans notre tableau, aucune variation n'est visible concernant le poids de Samia (33 ans, femme au foyer), nous avons tout de même choisi de la considérer parmi les femmes engagées dans un processus de perte de kilogrammes dans le sens où elle avait préalablement entamé sa transformation corporelle par le biais d'un régime alimentaire, lui permettant ainsi d'atteindre ce qu'elle nomme « *son premier objectif* ». Son adhésion au sein d'un centre de remise en forme *Curves* devait le stabiliser provisoirement, avant d'entamer une nouvelle phase de perte de poids. Quant à Julie (23 ans, assistante maternelle dans une crèche), son objectif de perdre du poids est récent et ne correspond pas à celui invoqué initialement, ce qui explique cette stagnation. Enfin, pour les cinq enquêtées restantes, la stabilisation (4/5) et la prise (1/5) pondérales demeurent l'objectif à atteindre, comme cela a été mentionné et analysé précédemment au cours de ce chapitre.

professeure des écoles), « *les kilos, ça je suis trop exigeante. J'y suis pas encore arrivée [mais] j'aimerais bien retrouver mes soixante kilos* », Janice (42 ans, sans emploi, en cours de création d'une entreprise) « *y a quand même eu un amaigrissement et une grande perte de centimètres* », ou encore de Julie (23 ans, assistante maternelle dans une crèche) qui précise « *c'est sûr que j'aurai un ou deux kilos en moins ça serait, ça serait toujours mieux* » alors qu'elle est, selon ses dires, « *dans l'IMC idéal. Je suis pas en sous poids, surpoids, je suis dans mon poids idéal, en fait* », ce que nos propres calculs ont pu confirmer. Ainsi, on comprend que quelle que soit la morphologie arborée par nos enquêtées, le nombre de kilogrammes, centimètres et pourcentage d'adiposité perdu ; leur corps demeure « *une proposition à reprendre (...), un programme ajusté, une matière première à retravailler* » comme s'il y avait perpétuellement « *une dernière version à télécharger ou à aller s'approprier* » (Le Breton, 2010a, 150). Autant d'éléments qui renforce notre analyse selon laquelle ce ne sont pas les critères de santé qui guident majoritairement les femmes dans leur processus de perte de poids mais bien les critères de beauté. Une conclusion à laquelle nous étions déjà parvenue précédemment en analysant les objectifs poursuivis par les clientes des autres établissements interdits aux hommes de la région des Hauts-de-France.

Et comment il pourrait en être autrement quand on sait que les normes de beauté assignées à la féminité évoluent vers toujours plus de minceur, de fermeté et qu'elles sont qui plus est confortées par celles ayant trait à la santé ; les secondes tendant à légitimer les premières (Queval, 2008 ; Le Breton, 2013). Qu'importe dès lors l'origine de la silhouette idéale, l'idée que la minceur incarne cette norme pour près de la moitié des femmes, et plus encore pour celles qui ont moins de vingt-cinq ans (Masson, 2004) suffit à inscrire les protagonistes dans une quête sans fin de transformation volontaire de leur corps. L'institution *Curves* y veille également d'une part, en rappelant mensuellement à chacune de leurs clientes les objectifs fixés et d'autre part, en poussant au renouvellement constant de ces derniers. En prolongeant des représentations déjà existantes et opérantes dans d'autres espaces de la vie sociale, l'enseigne vient renforcer la constante insatisfaction éprouvée par les femmes quant à leur corps, l'image qu'elles se font d'elles-mêmes et les maintient dans un nécessaire et infini travail corporel. Même si cela n'est pas présenté ni verbalisé comme tel, la franchise *Curves* n'en perpétue pas moins l'idée qu'« *aucune femme n'a droit au salut dans le présent, la beauté est un labeur. Le salut est toujours à venir (...), il se mérite grâce à une sévère discipline de vie quotidienne à travers le régime, l'activité physique* » (Le Breton, 2010a, 148), une doctrine qui se veut être l'essence même de leur existence.

Conclusion

En définitive, les centres de remise en forme réservés aux femmes diffusent l'idée d'un corps qu'il faut peser, mesurer, parcelliser, travailler, classer pour tendre vers un idéal corporel. Plus que diffuser l'idée, ils la mettent en acte, impliquant les clientes dans un vaste projet de transformation corporelle, étant entendu qu'« *il n'est plus question de se contenter du corps que l'on a* » (Le Breton, 1999, 16), « *il convient de le prendre en main, de le hausser de brouillon en œuvre de soi* » (Le Breton, 2005, 94). Et cela apparaît encore plus prégnant au sein des établissements appartenant à la franchise *Curves*, qui par leurs procédures de planification et de quantification de l'effort, leurs dispositifs de surveillance ou encore de valorisation des « meilleurs » résultats participent à la conscientisation individuelle des corps mais surtout à son évaluation au prisme des normes dominantes genrées en matière de beauté. Il s'agit bien de réduire sa masse corporelle et non de l'augmenter, il s'agit bien d'accroître sa masse musculaire et non de la diminuer, il s'agit bien de diminuer son pourcentage d'adiposité et non l'inverse. Ces pratiques peu répandues, pour ne pas dire rares, sur le marché de la forme français peuvent être interprétées comme une forme de « *gouvernementalité*⁴⁹⁶ ». Elles confirment que le corps demeure le lieu d'imposition privilégié de normes corporelles de genre, un corps soumis à « *des contraintes, des interdits ou des obligations* » (Foucault, 1975, 161). Et même si les institutions ne sont pas comparables, cela n'est pas sans rappeler le « *gouvernement des corps* » défini par Didier Fassin et Dominique Memmi (2004, 10-20) comme intégrant « *les actions de formatage institutionnel, la surveillance, la moralisation, mais aussi les opérations de reconnaissance et de qualification, de classement et de catégorisation* ».

La régulation des attendus normatifs procède ici par un ancrage médicalisé des discours et des pratiques. Profitant de l'effervescence qui entoure la promotion des activités physiques à des fins de santé, visant le mieux-être des individus (Marcellini, Perera, Rodhain et Férez, 2016), et les enjoignant à mesurer les risques pesant sur tout à chacun (Vigarello, 2013a), ces organisations reprennent à leur compte cette médicalisation et la mobilise à outrance dans ses supports communicationnels ainsi que de formation. Mais dans les faits, elle s'apparente ni plus ni moins à une stratégie commerciale supplémentaire pour convaincre de l'efficacité de leurs propositions de services et légitimer les discours comme les dispositifs ayant trait à la

⁴⁹⁶ Par « *gouvernementalité* », Michel Foucault (1989, 135) analyse le pouvoir comme « *un domaine de relations stratégiques entre des individus ou des groupes qui ont pour objet la conduite de l'autre ou des autres, et qui ont recours, selon les cas, selon les cadres institutionnels où elles se développent, selon les groupes sociaux, selon les époques, à des procédures et des techniques diverses* ».

transformation volontaire des corps. En effet, une fois l'analyse des publicités dépassée, une intention sous-jacente émerge des observations et des entretiens menés au sein de différentes institutions mettant à distance la définition que l'on se fait de la santé - c'est-à-dire un « *impératif biologique lié à la survie* » (Baudrillard, 2002, 218), la recherche d'« *un état complet de bien-être physique, mental et social* » (OMS) - pour la superposer aux critères sociaux de beauté. Un phénomène, qui ne saurait être circonscrit à ce secteur d'activité puisqu'il a déjà été observé dans d'autres domaines. En effet, la communauté scientifique a, à maintes reprises, étudié le rapprochement entre les impératifs ayant traits à la santé et à la beauté, l'amenant à dire que les premiers viennent conforter les seconds (Queval, 2008) ou que les uns et les autres n'ont fini par ne faire plus qu'un (Le Breton, 2013). Une porosité notionnelle dont se jouent les salles de remise en forme réservées aux femmes, plus particulièrement celles appartenant au réseau international *Curves*, nous l'avons montré, pour maintenir leurs clientes sous contrôle et sous l'emprise d'un exigeant objectif de jeunesse, de minceur et de fermeté qu'on sait inatteignable (Darmon, 2006).

Malgré les contrôles exercés quotidiennement par les institutions s'agissant des performances réalisées, de la planification et de la régularité des visites de leurs abonnées ; ou mensuellement sur les corps par le biais des différentes mensurations, toutes ne parviennent pas à se transformer ou plutôt à se conformer. Plutôt que de pointer leur défaillance, en stigmatisant tout écart aux normes établies, l'enseigne a opté pour une pratique inédite qui consiste à valoriser individuellement puis publiquement celles ayant répondu le plus favorablement possible aux injonctions de santé et d'esthétique. Une manière de faire qui diffère de celle habituellement observée mais qui demeure identique sur le principe, dans le sens où « *'excellence' physique et 'déviance' esthétique constituent deux composantes d'un seul et unique système (...) visant à la propagation des mêmes codes d'esthétisme* » (Meidani, 2007, 107). Cette organisation s'est donc donnée les moyens d'agir autrement sur les corps qu'elle considère comme déviants. Mais au regard de nos analyses, toutes leurs adhérentes pourraient être catégorisées comme tel. Car même les plus assidues, performantes, « méritantes », valorisées sont encouragées à poursuivre leurs efforts comme si leur apparence n'avait pas encore révélé tout son potentiel, pouvait être indéfiniment optimisée, améliorée⁴⁹⁷.

⁴⁹⁷ Georges Vigarello (2013a) propose une conclusion identique s'agissant de la santé.

Conclusion générale

Etudier les salles de remise en forme interdites aux hommes, jusqu'alors inexplorées en France⁴⁹⁸, soulevait nombre d'interrogations - quant à leur existence, leur mode de fonctionnement, leurs éventuelles spécificités ou encore les caractéristiques sociodémographiques de leur clientèle, etc. - en faisant une perspective doctorale très enthousiasmante. Face à cette page blanche, le recours à la méthode inductive s'est imposé, nous autorisant de progresser pas à pas, de nous laisser surprendre et guider par les scènes qui se déroulaient sous nos yeux. Une liberté qui s'est avérée décisive dans la conduite de notre travail de recherche et dans l'investigation de notre terrain. Ainsi, l'endossement de rôles pluriels dans le recueil des données a été facilité, tantôt à distance tantôt à proximité, tantôt à couvert tantôt à découvert et ce, quels que soient les acteur.rice.s observé.e.s et interrogé.e.s (*cf. Chapitre 1*). Cette manière de faire a sans aucun doute contribué à mettre au jour ce qu'il se joue au sein de ces salles de fitness d'un nouveau « genre ».

Si on s'attache tout d'abord à leurs supports publicitaires, force est de constater qu'ils rompent avec les codes habituellement observés sur le marché de la forme pour mieux signifier la non-mixité imposée au sein de leurs espaces de pratique et s'approprient les principes du marketing genré. Car, non seulement les femmes sont les seules à être représentées, ne laissant aucun doute quant au public concerné par leurs propositions de services, mais leur mise en image s'accompagne de nombreux emprunts aux stéréotypes sexués, renvoyant aux « régimes de genre » (Connell, 1983) effectifs dans le cadre sportif⁴⁹⁹ (Menesson, 2009) comme au sein de ces établissements (*cf. Chapitre 3*). Ainsi, ces institutions sportives confirment qu'il est des espaces pour elles, quand d'autres sont pour eux (Buscatto, 2014), que la pratique physique des femmes et des hommes ne peut être identique (Louveau, 1998). Ils reprennent également à leur compte les mécanismes à l'œuvre en matière d'apparence physique maintenant d'une part, la dépendance des femmes à leur corps et à leur féminité et les astreignant d'autre part, à une forme de « tyrannie », pour reprendre le terme employé par David Le Breton (2010b, 6), déjà de mise dans d'autres domaines de la vie sociale.

Cela se vérifie également une fois à l'intérieur de ce « gynécée » (Jacques, 2012). Car si, pour développer leurs propositions de services, les salles de remise en forme réservées aux femmes se sont appropriées les « caractéristiques du pratiquer féminin » (Louveau, 1998, 49) - leur

⁴⁹⁸ A notre connaissance, aucune recherche n'a été publiée sur cet objet.

⁴⁹⁹ Entendu comme fédéral.

permettant de prendre leurs distances avec le modèle habituellement observé au sein des structures mixtes et leur évitant ainsi de renouveler les « désagréments » subis par certaines de leurs clientes (cf. Chapitres 3 et 4) - elles reproduisent autrement les attributions à l'ordre genré. Il s'agit bien de recréer un entre-soi privé des regards, des comportements sexistes ou de toute entreprise de séduction hétérosexuelle, un espace d'homosociabilité censé faciliter l'accès et l'adhésion des femmes mais qui dans les faits ne parvient pas à s'affranchir des effets de la domination rapprochée (Memmi, 2008) pas plus que de la domination masculine (Bourdieu, 1998). Surtout, ces institutions dédiées à la forme profitent de l'imposition de la non-mixité en leur sein pour produire et reproduire les normes corporelles associées à la beauté féminine en proposant à leur clientèle un matériel, des exercices ainsi que des activités typifiantes (cf. Chapitre 4). En procédant comme tel, c'est-à-dire en validant l'idée selon laquelle la musculation et le volume est aux hommes ce que le renforcement et l'allongement musculaire est aux femmes ; qu'être en forme ne revient pas au même selon le sexe : les premiers se devant de « posséder des qualités organiques invisibles ou cachées » quand les secondes ont pour objectif de « (re)trouver la beauté corporelle telle qu'elle est définie par les canons en vigueur dans la classe dominante » (Louveau, 1981, 308), les salles de remise en forme unisexes renforcent les différenciations sexuées déjà opérantes. En ce sens, elles se distinguent des initiatives décrites par Clothilde Talleu (2011), dans divers pays européens qui faisaient de l'interdiction faite aux hommes une condition d'accès à certaines disciplines sportives relevant, dans l'imaginaire collectif, du masculin (cf. Chapitre 1), et qui pouvaient s'apparenter à un moyen de rétablir une forme d'égalité entre les femmes et les hommes.

Cela se confirme plus encore à la découverte des dispositifs et procédures mises en place par les promoteur.rice.s du corps et de la forme en vue d'« accompagner » leurs adhérentes dans leur objectif de perte de poids. Plus qu'un accompagnement, nos résultats montrent que c'est un véritable « gouvernement des corps » (Fassin et Memmi, 2004, 10) et des conduites qui est à l'œuvre au sein de ces institutions. En se livrant à la mesure, au classement, à la catégorisation et à la hiérarchisation incessante des silhouettes, les gérant.e.s et encadrant.e.s soumettent les femmes à la pression des chiffres et des normes non pas à des fins d'optimisation de la santé, comme il.elle.s aiment le vanter dans leurs supports communicationnels, mais à des fins d'optimisation de la beauté (Couvry et Braizaz, 2019). En ce sens, il.elle.s rappellent à leurs abonnées leurs obligations et leurs devoirs : celui d'être belle mais surtout de performer dans ce domaine, et cela passe inévitablement par la recherche de l'excellence esthétique, au même titre que l'on pourrait viser une excellence scolaire ou sportive (Darmon et Schotté, 2016). En mobilisant de tels mécanismes, de telles représentations, les centres de remise en forme interdits

aux hommes naturalisent les différences sexuées, infériorisent et réduisent les femmes à leur seule apparence physique en faisant des analyseurs privilégiés de la production et reproduction des « régimes de genre » (Connell, 1983).

Au regard des résultats produits, l'étude des centres de remise en forme réservés aux femmes s'inscrit dans le champ de la sociologie à travers l'intrication de trois de ses dimensions que sont le sport, le corps et le genre. Il faut dire que « *le sport est un espace d'investissement et de travail de son corps comme capital* » (Louveau, 2007, 69), un capital qui ne revêt pas le même sens selon que l'on soit une femme ou un homme. Dans le cadre des salles de fitness, considérés comme des espaces sportifs tous publics (Travaillot, 1998) relevant du loisir (Mischler et Pichot, 2005) - une caractérisation associée à l'occupation du temps libre, à la notion de plaisir ou encore à la création d'un lien social (Dumazedier, 1962) - la distinction opérée au regard du sexe mais aussi du genre se veut étonnante⁵⁰⁰, dans le sens où elle fait rarement l'objet d'une norme institutionnelle et demeure peu répandue. C'est ce qui fait l'originalité de notre objet de recherche et donc de cette thèse. En nous tournant vers un autre versant de la sociologie du sport, le monde fédéral et compétitif, ce qui faisait la spécificité des espaces de pratique physique étudiés est devenue la norme (Bohuon et Quin, 2016) et aussi le cadre d'analyse privilégié des différences de genre (Louveau, 2006 ; Mennesson, Visentin et Clément, 2012 ; Terret, 2006⁵⁰¹). La conjugaison, dans l'analyse, de ces deux modèles sportifs a permis de nous inscrire dans le prolongement des travaux existants (Bessy, 1987 ; Ernst et Pigeassou 2005 ; Meidani, 2003 ; Pichot et Wipf, 2011, etc.), tout en éclairant autrement la manière de concevoir les pratiques d'entretien corporel dès lors qu'elles se déroulent dans un entre-femmes. Le caractère divertissant, récréatif attendu au sein de ces structures a cédé sa place à l'instillation d'une véritable culture de la performance corporelle ou précisément de la performance esthétique, nous renvoyant inévitablement à l'emprise que peut avoir le genre sur le corps (Löwy, 2006 ; Pagès-Delon, 1989 ; etc.). Car même dans un contexte interdisant la présence masculine, la domination telle que décrite par Pierre Bourdieu (1998) continue de s'exercer sur le corps des femmes. Les clientes observées et/ou interrogées pouvaient, en souscrivant un abonnement dans une structure unisexe, témoigner d'une forme de résistance à l'égard de leur infériorité corporelle supposée, à l'égard des canons de beauté en vigueur et pourtant il n'en est

⁵⁰⁰ Cependant, elle n'est pas totalement inédite. Certaines piscines municipales, par exemple, proposent depuis de nombreuses années des créneaux exclusivement réservés aux femmes. Nous en avons déjà fait état au cours du Chapitre 1.

⁵⁰¹ Pour ne citer qu'eux. Les travaux traitant de cette question sont nombreux, en ce sens nous ne pouvons prétendre à l'exhaustivité.

rien. Par leur engagement dans un processus de transformation corporelle (Darmon, 2010), leur objectif de perte de poids ou de tonification des chairs, leur acceptation des dispositifs et procédures de contrôle et enfin par l'auto-surveillance dont elles font preuve, elles témoignent de l'intégration des injonctions normalisatrices qui pèsent sur leur silhouette - quels que soient leur âge, leur catégorie socio-professionnelle ou encore leur morphologie - et de leur complicité dans leur perpétuation. Entre-soi ou non, ni les institutions, à travers leurs représentant.e.s, ni les clientes ne sont parvenues à s'émanciper des attendus en matière d'apparence physique, pire le comportement des premières comme des secondes ne font que les confirmer et les légitimer. Et c'est là, selon nous, que réside notre deuxième apport.

Si notre travail contribue, à son niveau, à élargir les connaissances dans le champ de la sociologie, il n'en comporte pas moins plusieurs limites sur lesquelles il convient de revenir. La première, étroitement liée aux polémiques entourant l'ouverture de ces établissements non-mixtes - qui assimilent régulièrement ces espaces à des lieux où les regroupements communautaires sont de mises (*cf. Chapitre 1*) - tient au traitement de la race. Si nous ne pouvions ignorer leur existence compte tenu de leur couverture médiatique, force est de constater que les femmes racialisées se faisaient particulièrement rares au sein des structures unisexes enquêtées, tout comme leur représentation parmi les supports publicitaires analysés⁵⁰² (*cf. Chapitre 3*). Au regard de nos premiers résultats et de notre inscription dans la démarche inductive, il semblait donc prématuré de s'emparer de ce questionnement. Certaines exceptions ont néanmoins pu être observées, à l'image de la salle de remise en forme *Tahiti Gym*. Située dans le quartier sud de la ville de Lille, elle donnait à voir des femmes ne bénéficiant pas « socialement de la blancheur » (Achin, Dorlin et Rennes, 2008, 16), un constat confirmé par les représentant.e.s de l'institution lors de deux entretiens, qui encourageait la poursuite de l'investigation. Mais cette dernière a tourné cours suite à la fermeture de l'enseigne en avril 2016, quelques mois seulement après notre entrée en doctorat. Cette question a néanmoins refait surface au cours de notre participation au projet ANR ELIPSIS⁵⁰³, coïncidant avec l'implantation au sein de la ville de Roubaix d'une nouvelle structure *Basic Fit*⁵⁰⁴ strictement réservée aux femmes. Nos observations ont de nouveau permis de constater la présence de

⁵⁰² Un constat qui soulève d'autres interrogations, nous en convenons.

⁵⁰³ ELIPSIS signifie étudier l'influence des pratiques sportives sur l'intégration sociale en quartiers « sensibles », projet de recherche financé par l'Agence Nationale de la Recherche.

⁵⁰⁴ L'enseigne *Basic Fit* est connue en France ainsi qu'en Europe pour l'implantation récente de nombreux établissements de remise en forme *low-cost*. S'ils accueillent, indifféremment parmi leurs client.e.s des femmes et des hommes, neuf structures à ce jour se sont distinguées au niveau national en restreignant leur accès et leur adhésion aux seules femmes.

femmes racialisées qui ne saurait concerner les autres structures enquêtées⁵⁰⁵, mais demeuraient insuffisantes en l'état pour rendre compte des éventuelles spécificités de cet espace dédié à l'entretien corporel et/ou des caractéristiques de leurs clientes. Cependant, elles ouvrent les possibles et nous invitent à envisager l'imbrication de la race comme nouvelle catégorie sociale d'analyse - parallèlement à celles du genre et de la classe⁵⁰⁶ déjà mobilisées au cours de cette recherche doctorale - dans le cadre d'une monographie au sein de la structure *Basic Fit Ladies only*.

En inscrivant cette recherche doctorale dans le champ de la sociologie, nous ne pouvions ignorer l'un de ses principaux enjeux, à savoir la compréhension des processus et des circonstances ayant amené les individus à se former et à se transformer (Darmon, 2006), et c'est là la deuxième limite de notre travail. En effet, en analysant les objectifs poursuivis par les clientes des établissements de remise en forme unisexes, il est en un qui s'est détaché de manière très significative : celui de la perte de poids (*cf. Chapitre 5*). Si nous avons été en mesure de définir la manière dont elles opéraient pour tenter de se transformer corporellement parlant, au sein de l'institution comme en-dehors au moyen de la pratique sportive et/ou de l'alimentation, la grille d'entretien retenue⁵⁰⁷ n'autorisait pas de retracer précisément le parcours corporel des femmes interviewées. A la découverte des résultats produits, il semblerait pourtant que ce dernier mériterait d'être interrogé afin d'analyser plus finement la place que revêt le corps pour nos enquêtées au cours de leur vie, le rapport qu'elles entretiennent avec celui-ci, les soins (alimentaires, sportifs, esthétiques) qui lui sont conférés et ce, au prisme de l'appartenance sociale notamment. Car il n'est plus à démontrer, au regard des travaux menés par Luc Boltanski (1971), Pierre Bourdieu (1979) ou encore Muriel Darmon (2011) que les pratiques et usages corporels des individus demeurent marqués par le sceau de la classe et des rapports sociaux de domination (Kergoat, 2011). Ainsi, il conviendrait de mener une nouvelle étude auprès des pratiquantes, reposant sur la réalisation de récits de vie, pour mesurer le poids de la socialisation ou plutôt des socialisations (Darmon, 2006) dans le parcours corporel de nos enquêtées, la manière dont elle(s) influe(nt) ou non sur les morphologies, les choix entrepris en matière d'apparence, d'entretien et de transformation physique.

⁵⁰⁵ Pas dans les mêmes proportions du moins. Un constat nous ayant amené à formuler l'hypothèse selon laquelle il existerait peut-être un lien entre les caractéristiques socio démographiques des habitant.e.s de ces zones géographiques et la présence de davantage de femmes racialisées.

⁵⁰⁶ Même si la notion de classe apparaît à ce stade sans effet sur nos résultats d'enquête, elle pourrait s'avérer plus prégnante dans la poursuite de nos recherches, nous y reviendrons ci-après.

⁵⁰⁷ Au regard de la pluralité des questionnements soulevés quant à ce qu'il se jouait à l'intérieur de ces institutions sportives et de l'absence dans la sociologie française de travaux menés sur cet objet, la grille d'entretien destinée aux clientes des centres de remise en forme réservées aux femmes se voulait volontairement vaste dans les thématiques abordées. Ainsi, elle paraissait difficilement conciliable avec la réalisation de récits de vie.

Enfin, une autre perspective de recherche se dessine à la lecture des données recueillies. En effet, contrairement aux études menées au sein de centres de remise en forme mixtes (Travaillot, 1998 ; Meidani, 2007, pour ne citer qu'eux) qui donnent à voir une clientèle certes hétérosexuée mais peu diversifiée au regard de l'âge ou de la silhouette (cf. Chapitre 3), les entre-femmes accueillent des adhérentes au profil varié que l'on retrouve parmi nos enquêtées. L'absence de jugements et de regards portés sur les corps (cf. Chapitre 4) n'est pas étrangère à cette diversité et autorise même les clientes, porteuses de stigmates (Goffman, 1975) ou ne répondant pas aux canons de beauté, à s'adonner à leur entretien corporel sans être discrédité ou stigmatisé par leurs pairs, comme ont pu l'être d'autres pratiquantes au sein des structures mixtes (Haissat et Travaillot, 2012). Ainsi, nous avons pu observer et interroger des femmes âgées, retraitées, en situation de surpoids ou d'obésité (cf. Chapitre 5), des publics qui se voulaient peu enclins à pousser la porte d'un établissement de forme jusqu'alors. Des profils de clientes semblent donc émerger (cf. Chapitre 5), mais notre nombre d'entretiens (n=27) apparaît insuffisant pour tenter de réaliser une quelconque typologie. En ce sens nous attachons à étudier spécifiquement les femmes musulmanes, celles présentant un excès de poids ou un âge avancé, en nous appuyant sur la réalisation de récits de vie, semble être une autre perspective de recherche heuristique. Autant de raisons qui nous laisse penser que l'objet est loin d'avoir livré tous ses ressorts, nous invitant à poursuivre le travail engagé, au-delà de la thèse.

Bibliographie

- Achin, C., Dorlin, E. et Rennes, J. (2008). Capital corporel identitaire et institution présidentielle : réflexions sur les processus d'incarnation des rôles politiques, *Raisons politiques*, 31, 5-17.
- Amalou, F. (2001). *Le livre noir de la pub. Quand la communication va trop loin*. Paris : Stock.
- Arborio, A-M et Fournier, P. (2003). *L'enquête et ses méthodes, l'observation directe*. Paris : Nathan.
- Aubel, O., Lefevre, B. et Tribou, G. (2008). *Sports et sportifs en France*. Paris : FPS.
- Audet, M., Baillot, A., Vibarel-Rebot, N. (2016). Obésité féminine et activité physique : mieux comprendre les enjeux liés à la stigmatisation, *Santé Publique*, HS1, 127-134.
- Augustin, J-P. (2014). Mixité, genre et sport : les allégories de la « supériorité » masculine. In Ayral, S. et Raibaud, Y. *Pour en finir avec la fabrique des garçons. Loisir, sport, culture*, 2. Pessac : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 29-36.
- Aurba, (2011). *L'usage de la ville par le genre*. [En ligne].
- Ayral, S. (2011). *La fabrique des garçons. Sanctions et genre au collège*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Bacou, M. (2014). La fabrique des filles et des garçons dans la sphère des loisirs. In Ayral, S. et Raibaud, Y. (Dir). *Pour en finir avec la fabrique des garçons*, 2, Loisirs, sport, culture. Pessac : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 183-197.
- Baillette, F. (1999). Le corps sportif ou le devenir mâle. In Baillette, F. et Liotard, P. (Dir). *Sport et virilisme*. Montpellier : Quasimodo & Fils, 9-57.
- Bard, E. (2019). *Faire bon poids, bonne figure. Sociologie des suivis diététiques en libéral*. Thèse de doctorat, Université Paris 13.
- Barthou, E. (2014). Orientations sexuées des élèves de troisième, de la négation de la différenciation à la mobilisation de quelques acteurs scolaires. In Ayral, S. et Raibaud, Y. (Dir). *Pour en finir avec la fabrique des garçons à l'école*, 1. Pessac : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 165-184.
- Basdevant, A. (1998). Sémiologie et clinique de la restriction alimentaire, *Cahiers de nutrition et de diététique*, 33, 235-241.
- Basdevant, A. (2004). Corpulence et santé. Le discours médical sur le fil du rasoir. In Hubert, A. (Dir). *Corps de femmes sous influence. Questionner les normes. Les cahiers de l'Ocha*, 10, 128-132.
- Bataille, P. (2011). Les paradoxes de la mixité. Les conséquences de l'introduction de la mixité

aux concours d'entrée des écoles normales supérieures de Saint-Cloud, Fontenay-aux-Roses et Lyon, *Sociétés contemporaines*, 83, 5-32.

Bathelot, B. (2016). *Les mille et un usages du terme marketing*. [En ligne].

Battagliola, F. (2008). *Histoire du travail des femmes*. Paris : La Découverte.

Baudrillard, J. (1970). *La société de consommation*. Paris, Denoël.

Bazoge, N. (2006). La gymnastique d'entretien au XX^{ème} siècle : d'une valorisation de la masculinité hégémonique à l'expression d'un féminisme en action, *Clio*, 23, 197-208.

Beaud, S. et Weber, F. (2003). *Guide de l'enquête de terrain*. Paris : La découverte.

Beldame, Y. et Chauvier, E. (2016). Le chercheur *in situ* et l'ordinaire de l'enquête. In Perera, E. et Beldame, Y. (Dir). *In situ. Situations, interactions et récits d'enquête*. Paris : L'Harmattan, 165-174.

Beldame, Y. et Perera, E. (2016). Introduction. Enquêter *In situ*. In Perera, E. et Beldame, Y. (Dir). *In situ. Situations, interactions et récits d'enquête*. Paris : L'Harmattan, 17-25.

Béliard, A. et Eideliman, J-S. (2008). Au-delà de la déontologie. Anonymat et confidentialité dans le travail ethnographique. In Fassin, D. et Bensa, A. (Dir). *Les politiques de l'enquête. Epreuves ethnographiques*, 123-141.

Bereni, L., Chauvin, S., Jaunait, A. et Revillard, A. (2012). *Introduction aux études sur le genre*. Bruxelles : De Boeck Supérieur.

Berisha, D., Coppex, J., Pagotto, N. et Simonne, L. (2014). Règles implicites et ethos au sein du groupe professionnel des coiffeurs et coiffeuses. *Sociotrabail*. [En ligne].

Berlivet, L. (1997). Naissance d'une politique symbolique : l'institutionnalisation des « grandes campagnes » d'éducation pour la santé, *Quaderni*, 33, 99-117.

Berlivet, L. (2004). Une biopolitique de l'éducation pour la santé. La fabrique des campagnes de prévention. In Fassin, D. et Memmi, D. (Dir). *Le gouvernement des corps*. Paris : Editions de l'EHESS, 37-75.

Bessy, O. (1987). Les salles de gymnastique. Un marché du corps et de la forme, Le nouvel âge du sport, *Esprit*, 4, 79-94.

Bessy, O. (1993). Les stratégies marketing des centres de mise en forme. In Loret, A. (Dir). *Sport et Management, de l'éthique à la pratique*. Paris : Dunod, 243-247.

Bihl, A. et Pfefferkorn, R. (2002). *Hommes femmes quelle égalité ?* Paris : Les Editions de l'Atelier.

Bizeul, D. (1998). Le récit des conditions d'enquête : exploiter l'information en connaissance de cause, *Revue française de sociologie*, 39/4, 751-787.

Bizeul, D. (1999). Faire avec les déconvenues. Une enquête en milieu nomade, *Sociétés*

contemporaines, 33-34, 111-137.

Blanchard, M., Orange, S. et Pierrel, A. (2016). *Filles + Sciences = Une équation insoluble ? Enquête sur les classes préparatoires scientifiques*. Paris : Presses de l'Ecole normale supérieure.

Blanchet, A. et Gotman, A. (2007). *L'enquête et ses méthodes, l'entretien*. Paris : Armand Colin.

Bohuon, A. (2009). Entre perversion et moralisation : Les discours médicaux au sujet de la pratique physique et sportive des femmes à l'aube du XXe siècle, *Corps*, 7, 99-104.

Bohuon, A. (2010). Femmes, médecine et pratique physique et sportive (1880-1922). In Guyard, L. et Mardon, A. (Dir). *Le corps à l'épreuve du genre entre normes et pratiques*. Nancy : Presses Universitaires de Nancy, 115-127.

Bohuon, A. et Quin, G. (2016). Sport. In Rennes, J. (Dir). *Encyclopédie critique du genre*. Paris : La Découverte, 605-614.

Boltanski, L. (1971). Les usages sociaux du corps. *Les Annales*, 26/1, 205-233.

Boulocher-Passet, V. et Ruaud, S. (2016). La couleur, variable stratégique en marketing : une illustration de sa mise en œuvre. In Boulocher-Passet, V. et Ruaud, S. (Dir). *La couleur au cœur de la stratégie marketing*. Louvain-la-Neuve : De Boeck supérieur, 183-256.

Bourdieu, P. (1977). Remarques provisoires sur la perception sociale du corps, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 14, 51-54.

Bourdieu, P. (1978). Classement, déclassement, reclassement, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 24, 2-22.

Bourdieu, P. (1979). *La distinction. Critique sociale du jugement*. Paris : Les éditions de minuit.

Bourdieu, P. (1997). *Méditations pascaliennes*. Paris : Seuil.

Bourdieu, P. (1998). *La domination masculine*. Paris : Seuil.

Braizaz, M. (2016). *L'esthétique de soi : individu(s), corps et apparence(s) genrée(s)*. Thèse de doctorat, Université Sorbonne Paris Cité.

Braizaz, M. (2019). Devenir mère, une étape corporelle et esthétique. (Re)penser son apparence à l'aune de la maternité, *Recherches familiales*, 16, 141-154.

Breda, H. (2017). La critique féministe profane en ligne de films et de séries télévisées, *Réseaux*, 201, 87-114.

Brocard, C. (1992). L'image de la femme sportive dans la publicité, *STAPS*, 28, 83-97.

Bromberger, C. (2016). Préface. Nouer la complicité. L'importance des premiers contacts. In Perera, E. et Beldame, Y. (Dir). *In situ. Situations, interactions et récits d'enquête*. Paris : L'Harmattan, 9-15.

- Brus, A. et Boëtsch, G. (2011). Variabilité mondiale des normes de corpulence : entre diversité biologique et diversité sociale, *Obésité*, 6, 23-28.
- Buisson-Fenet, H. et Morin-Messabel, C. (2017). Introduction. In Buisson-Fenet, H. (Dir). *Ecole des filles, école des femmes. L'institution scolaire face aux parcours, normes et rôles professionnels sexués*. Louvain-la-Neuve : De Boeck Supérieur, 15-24.
- Burlot, F. et Lefèvre, B. (2009). Le sport et les seniors : des pratiques spécifiques ? *Retraite et société*, 58, 133-158.
- Buscatto, M. (2014). *Sociologies du genre*. Paris : Armand Colin.
- Canguilhem, G. (2013). *Le normal et la pathologique*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Carof, S. (2015). Le régime amaigrissant : une pratique inégalitaire ? *Journal des anthropologues*, 140-141, 213-233.
- Carof, S. (2017). Des femmes corpulentes sous contrainte : acquisition et négociation des normes nutritionnelles en France, en Allemagne et en Angleterre, *L'année sociologique*, 67, 107-130.
- Carof, S. (2019). Etre grosse. Du corps discréditable au corps discrédité, *Sociologie*, 10, 285-302.
- Carvallo, S. (2012). Vieillesse et Beauté. Quel âge avez-vous ? In Mateu, J., Reynier, M. et Violla, F. (Dir). *Les assises du corps transformé. Le corps vieillissant*. Bordeaux : Les études hospitalières, 165-179.
- Castan-Vicente, F. (2009). *Du sport à la politique. Parcours d'une féministe*. Paris : L'OURS.
- Cefaï, D. (2002). Faire du terrain à Chicago dans les années cinquante, *Genèses*, 46, 122-137.
- Cefaï, D. (2003). Postface. L'enquête de terrain en sciences sociales. In Cefaï, D. (Dir). *L'enquête de terrain*. Paris : La Découverte, 465-615.
- Cercllet, D. (2014). De la restitution à l'altération. In Dayer, C., Schurmans, M-N. et Charmillot, M. (Dir). *La restitution des savoirs, un impensé des sciences sociales ?* Paris : L'Harmattan, 51-66.
- Chamboredon, H., Pavis, F., Surdez, F. et Willemez, L. (1994). S'imposer aux imposants. A propos de quelques obstacles rencontrés par des sociologues débutants dans la pratique et l'usage de l'entretien, *Genèses*, 16, 114-132.
- Charissou, L. (2019). *Management 'par corps' : rencontre entre dispositions individuelles et logiques managériales dans la socialisation professionnelle des 'instructeurs' LesMills*. Thèse de doctorat, Université Toulouse 3, Paul Sabatier.
- Charlap, C. (2013). « Rester femme » : expériences et représentations de la féminité à la ménopause. In Legrand, M. et Voléry, I. (Dir). *Genre et parcours de vie vers une nouvelle police*

des corps et des âges ? Nancy : Presses Universitaires de Nancy, 105-113.

Cochennec, M. (2004). Le soin des apparences. L'univers professionnel de l'esthétique-cosmétique, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 154, 80-91.

Cogérino, G. (2005). Sexe et genre en EPS. In Cogérino, G. (Dir). *Filles et garçons en EPS*. Paris : Revue EPS, 17-58.

Collet, I. (2016). *L'école apprend-elle l'égalité des sexes ?* Paris : Belin.

Combaz, G. et Hoibian, O. (2008). Le rôle de l'école dans la construction des inégalités de sexe. L'exemple de l'éducation physique et sportive, *Travail, genre et sociétés*, 20, 129-150.

Combessie, J-C. (2007). *La méthode en sociologie*. Paris : La découverte.

Connell, R-W. (1983). *Which Way Is Up ?* Sidney : Allen & Unwin, 190-207.

Convention interministérielle pour l'égalité entre les filles et les garçons, les femmes et les hommes dans le système éducatif 2013-2018.

Corbetta, M. (1997). Regards sur le hammam : voyage autour des représentations du corps et de la personne au Maroc. In Bianquis, I., Le Breton, D. et Méchin, C. (Dir). *Usages culturels du corps*. Paris : L'Harmattan, 75-100.

Couchot-Schiex, S. et Deriaz, D. (2013). Egalité en classes mixtes en Education Physique : quels arrangements pour les enseignant.e.s ? *Formation et pratiques d'enseignement en questions*, 16, 111-127.

Courcy, I., Laberge, S., Erard, C. et Louveau, C. (2006). Le sport comme espace de construction sociale de la féminité : jugements d'adolescentes et d'adolescents concernant les filles qui pratiquent des sports de tradition masculine, *Recherches féministes*, 19, 29-61.

Court, M. (2007). La construction du rapport à la beauté chez les filles pendant l'enfance : quand les pratiques entrent en contradictions avec les représentations du travail d'embellissement du corps, *Sociétés & Représentations*, 24, 97-110.

Court, M. (2010). « Faut pas que ça fasse filles ». Les enfants, les vêtements et la couleur, *Vacarme*, 52, 27-29.

Couvry, C. (2016). Le corps de la chercheuse dans une enquête sur les Miss. Valeur heuristique et transformations. In Perera, E., Beldame, Y. et Solini, L. (Dir). *In situ : Situations, interactions et récits d'enquête*. Paris : L'Harmattan, 175-188.

Couvry, C. et Braizaz, M. (2019). Optimiser sa beauté, s'approprier esthétiquement son corps : succès et échecs au sein des élections de miss, *Ethnologie française*, 176, 687-700.

Dargère, C. (2012). *L'observation incognito en sociologie. Notions théoriques, démarche réflexive, approche pratique et exemples concrets*. Paris : L'Harmattan.

- Darmon, M. (2005). Le psychiatre, la sociologue et la boulangère : analyse d'un refus de terrain, *Genèses*, 58, 98-112.
- Darmon, M. (2006). Variations corporelles. L'anorexie au prisme des sociologies du corps, *Adolescence*, 56, 437-452.
- Darmon, M. (2008). Déviances corporelles et classes sociales. In Mauger, G., Moreno Pestana, J-L. et Roca I Escoda, M. (Dir). *Normes, deviances, insertions*. Genève, Zurich : Seismo, 145-167.
- Darmon, M. (2010). Surveiller et maigrir. Sociologie des modes de contrainte dans un groupe commercial d'amaigrissement, *Revue d'Etudes en Agriculture et Environnement*, 91/2, 209-228.
- Darmon, M. (2011). Conversions. Mémoire d'Habilitation à Diriger des Recherches. Lyon : ENS.
- Darmon, M., Hurtubise, R. et Quéniart, A. (2008). Corps et politiques : entre l'individuel et le collectif. In Darmon, M., Hurtubise, R. et Quéniart, A. (Dir). Corps et politiques : entre l'individuel et le collectif, *Lien social et Politiques*, 59, 5-8.
- Darmon, M. et Schotté, M. (2016). Classer des élèves, classer des coureurs. Les hiérarchies dans les institutions d'excellence, *Sociétés contemporaines*, 102, 45 à 73.
- Davisse, A. (2010). Filles et garçons en EPS : différents et ensemble ? *Revue française de pédagogie*, 171, 87-91.
- De la Soudière, M. (1988). L'inconfort du terrain. « Faire » la Creuse, le Maroc, la Lozère, *Repères*, 11, 94-105.
- Demazière, S. (2007). A qui peut-on se fier ? Les sociologues et la parole des interviewés, *Langage et société*, 121/122, 85-100.
- De Saint Pol, T. (2007). L'obésité en France : les écarts entre catégories sociales s'accroissent. Division Conditions de vie des ménages, *INSEE*, 1 123.
- De Saint Pol, T. (2010). *Le corps désirable. Hommes et femmes face à leur poids*. Paris : Presses Universitaires de France.
- De Sardan, O. (2003). Rendre compte des points de vue des acteurs : principes méthodologiques de l'enquête de terrain en sciences sociales. In Lavigne-Delville, P., Sellamna, N-E. et Mathieu, M. (Dir). *Les enquêtes participatives en débat. Ambition, pratiques et enjeux*. Paris : Karthala et ICRA, 419-449.
- De Singly, F. (1984). Les manœuvres de séduction : une analyse des annonces matrimoniales, *Revue française de sociologie*, 25/4, 523-559.

- Desprat, D. (2015). Une socialisation au travail émotionnel dans le métier de coiffeur, *La Nouvelle Revue du Travail*, 6, [En ligne].
- Détrez, C. (2002). *La construction sociale du corps*. Paris : Seuil.
- Détrez, C. (2015). *Quel genre ?* Paris : Thierry Magnier.
- Dieu, A-M., Delhay, C. et Cornet, A. (2010). Les femmes au foyer. Des activités méconnues et peu valorisées en employabilité, *Travail et Emploi*, 122, 27-38.
- Di Méo, G. (2012). Eléments de réflexion pour une géographie sociale du genre : le cas des femmes dans la ville, *L'information géographique*, 76, 72-94.
- Direction de l'Animation de la Recherche, des Etudes et des Statistiques (2013). La répartition des hommes et des femmes par métiers. *Ministère du travail, de l'emploi, de la formation professionnelle et du dialogue social*, 79.
- Dorlin, E. (2003). Corps contre nature. Stratégies actuelles de la critique féministe, *L'Homme et la Société*, 150-151, 47-68.
- Drabo, S. (2016). Immersion et relation d'enquête : L'expérience d'un terrain en milieu hospitalier autour des soins après avortement. In Perera, E. et Beldame, Y. (Dir). *In situ. Situations, interactions et récits d'enquête*. Paris : L'Harmattan, 151-162.
- Duchêneault, B. et Orhan, M. (2000). Les femmes entrepreneurs en France. Percée des femmes dans un monde construit au masculin. Paris : Seli Arslan.
- Duflos-Priot, M-T. (1987). Le maquillage, séduction protocolaire et artifice normalisé, *Communications*, 46, 245-253.
- Dumazedier, J. (1962). *Vers une civilisation du loisir ?* Paris : Seuil.
- Dunning, E. (1986). Le sport, fief de la virilité : remarques sur les origines sociales et les transformations de l'identité masculine. In Elias, N. et Dunning, E. *Sport et civilisation. La violence maîtrisée*. Paris : L'Harmattan, 367-389.
- Duru-Bellat, M. (2011). Ce que la mixité fait aux élèves. In Milewski, F. et Périvier, H. (Dir). *Les discriminations entre les femmes et les hommes*. Paris : Presses de Science Po, 233-251.
- Duru-Bellat, M. (2017). *La Tyrannie du genre*. Paris : Presses de Sciences Po.
- Eloire, F. (2014). Qui se ressemble s'assemble ? Homophilie sociale et effet multiplicateur : les mécanismes du capital social, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 205, 104-119.
- Ernst, A. et Pigeassou, C. (2005). Etre seuls ensemble : une figure moderne du lien social dans les centres de remise en forme, *Science et motricité*, 56, 65-74.
- Fassin, D. (1996). *L'espace politique de la santé. Essai de généalogie*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Fassin, D. et Memmi, D. (2004). *Le gouvernement des corps*. Paris, EHESS.

- Faure, S. et Gosselin, A-S. (2008). Apprendre par corps : le concept à l'épreuve de l'enquête empirique. Exemple des jeunes danseurs des favelas, *Regards sociologiques*, 35, 27-36.
- Favret-Saada, J. (2009). Etre affecté. In Favret-Saada, J. *Désorceler*. Paris : Editions de l'Olivier, 145-162.
- Feillet, R. et Roncin, C. (2006). *Souci du corps, sport et vieillissement. Entre bien-être et prises de risque : comprendre et construire les pratiques*. Ramonville Saint-Agne : Erés.
- Ferez, S. et Thomas, J. (2014). L'obésité comme « maladie chronique », ou la gestion biopolitique des avatars du gouvernement de soi. In Marcellini, A. et Fortier, V. (Dir). *L'obésité en question. Analyse transdisciplinaire d'une épidémie*. Bordeaux : Les études Hospitalières, 199-222.
- Ferré, N. (2004). La construction juridique des discriminations : L'exemple de l'égalité homme/femme, *Société contemporaine*, 53, 33-55.
- Fiori-Astier, L. (2018). *Les femmes au foyer : objectivation et subjectivation d'une invisibilité sociale*. Thèse de doctorat, Université Paul Verlaine, Metz.
- Fischler, C. (1993). Une « féminisation des mœurs », *Esprit*, 196, 9-28.
- Fischer, E. (2006). Robe et culottes courtes : l'habit fait-il le sexe ? In Dafflon Nouvelle, A. (Dir). *Filles-garçons Socialisation différenciée ?* Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 241-266.
- Fontanini, C. (2011). Egalité filles-garçons : où en est-on ? *Questions vives*, 8/15, 11-18.
- Fortino, S. (2002). *La mixité au travail*. Paris : La Dispute.
- Foucault, M. (1975). *Surveiller et Punir*. Paris : Gallimard.
- Foucault, M. (1994). *Dits et écrits 1954-1988. Tome IV, 1980-1988*. Paris : Gallimard.
- Foulin, J-N. et Toczec, M-C. (2006). *Psychologie de l'enseignement*. Paris : Armand Colin.
- Fouquet, A. (2005). Les politiques d'emploi envers les femmes. In Maruani, M. (Dir). *Femmes, genre et sociétés, l'état des savoirs*. Paris : La dispute, 332-341.
- Frayse, M. (2013). *La fabrication des modèles de genre dans les magazines sportifs. Pratiques journalistiques et logiques de positionnement des titres, l'exemple du Vélo Tout Terrain*. Thèse de doctorat, Université Toulouse III - Paul Sabatier.
- Frayse, M. et Mennesson, C. (2009). Masculinités hégémoniques et féminités : les modèles de genre dans une revue de VTT, *Sciences sociales et sport*, 2, 25-53.
- Froidevaux-Metterie, C. (2012). La beauté féminine, un projet de coïncidence à soi, *Le Philosophoire*, 38, 119-130.
- Fumat, Y. (2010). Mixité et égalité dans la famille et à l'école, *Tréma*, 32, 7-20.

- Gadrey, J. (1994). Les relations de service et l'analyse du travail des agents, *Sociologie du travail*, 36, 381-389.
- Gallioz, S. (2008). Etre femme et entrer dans le secteur du bâtiment : recherche de l'exception ou acte de la folie ? In Guichard-Claudic, Y. ; Kergoat, D. et Vilbrod, A. (Dir). *L'inversion du genre. Quand les métiers masculins se conjuguent au féminin ... et réciproquement*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 325-339.
- Gautier, G. (2004). *Délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes. La mixité menacée ? Rapport d'informations sur l'activité de la délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes pour l'année 2003*. Paris : Les rapports du Sénat.
- Gauthiez-Rieucou, D. (2010). La formation à la mixité scolaire à la mesure du genre, *Tréma*, 32, 23-33.
- Génolini, J.P. et Clément, J.P. (2010). Lutter contre la sédentarité : L'incorporation d'une nouvelle morale de l'effort, *Revue Sciences sociales et sport*, 3, 133-156.
- Ghigi, R. (2016). Beauté. In Rennes, J. (Dir). *Encyclopédie critique du genre*. Paris : La Découverte, 77-86.
- Goffman, E. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne. La présentation de soi*. Paris : Les Editions de minuit.
- Goffman, E. (1975). *Stigmate. Les usages sociaux des handicaps*. Paris : Les éditions de minuit.
- Goffman, E. (1977). La ritualisation de la féminité, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 14, 34-50.
- Goffman, E. (2002). *L'arrangement des sexes*. Paris : La dispute.
- Gojard, S., Lhuissier, A. et Régnier, F. (2006). *Sociologie de l'alimentation*. Paris : La Découverte.
- Granjon, F., Nikolski, V. et Pharabod, A-S. (2011). Métriques de soi et *self-tracking* : une nouvelle culture de soi à l'ère du numérique et de la modernité réflexive ? *Recherches en communication*, 36, 13-26.
- Granovetter, M. (2000). *Le marché autrement : les réseaux dans l'économie*. Paris : Desclée de Brouwer.
- Grawitz, M. (2000). *Méthodes des sciences sociales*. Paris : Dalloz.
- Grossetête, M. (2015). Deux poids deux mesures. Les personnes obèses et l'obésité dans l'information télévisée, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 208, 62-73.
- Guérandel, C. (2017). Les collégiennes des milieux populaires en EPS : influence des stéréotypes de sexe et des enseignants sur leur engagement dans la discipline. In Buisson-Fenet,

H. (Dir). *Ecole des filles, école des femmes. L'institution scolaire face aux parcours, normes et rôles professionnels sexués*. Louvain-la-Neuve : De Boeck Supérieur, 105-118.

Guérandel, C. et Beyria, F. (2010). La mixité dans les cours d'EPS d'un collège en ZEP : entre distance et rapprochement des sexes, *Revue française de pédagogie*, 170, 17-30.

Guillaumin, C. (2016). Le corps construit. In Guillaumin, C. *Sexe, race et pratique du pouvoir. L'idée de nature*. Donnemarie-Dontilly : iXe, 113-136.

Guillemette, F. et Luckerhoff, J. (2009). L'induction en méthodologie de la théorisation enracinée, *Recherches qualitatives*, 28/2, 4-21.

Guïoux, A. et Lasserre, E. (2016). Dans le vif du sujet : Approche ethnographique de récits de patients atteints d'une carcinose péritonéale. In Perera, E. et Beldame, Y. (Dir). *In situ. Situations, interactions et récits d'enquête*. Paris : L'Harmattan, 139-150.

Guyard, L. (2010). Des normes corporelles féminines dans la consultation gynécologique. In Guyard, L. et Mardon, A. (Dir), *Le corps à l'épreuve du genre entre normes et pratiques*. Nancy : Presses Universitaires de Nancy, 129-140.

Haissat, S. et Travailot, Y. (2012). La pratique dans les centres de remise en forme : des interactions normalisatrices entre les pratiquantes, *Science et Motricité*, 76, 33-37.

Hargreaves, J. (1994). Les approches féministes du sport. Traduit de l'anglais par Ohl, F. (2006). *Sociologie du sport. Perspectives internationales et mondialisation*. Paris : Presses Universitaires de France.

Haute Autorité de Santé. (2011). *Surpoids et obésité de l'adulte : prise en charge médicale de premier recours. Recommandations pour la pratique clinique*, [En ligne].

Haute Autorité de Santé. (2019). *Prescription d'activité physique et sportive pendant la grossesse et en post-partum*, [En ligne].

Héas, S., Bodin, D., Amossé, K. et Kerespar, S. (2004). Football féminin : « c'est un jeu d'hommes », *Cahiers du Genre*, 36, 185-203.

Heilbrunn, B. (2010). *Le logo*. Paris : Presses Universitaires de France.

Hénaff-Pineau, P-C. (2008). *Pratiques physiques des seniors et vieillissement : entre raison et passion. Analyse sociologique de la transformation des pratiques avec l'avancée en âge*. Thèse de doctorat, Université Paris-Sud XI.

Hénaff-Pineau, P-C. (2014). Vieillir sportif, le nouveau mode de vie des seniors ? In Hummel, C., Mallon, I. et Caradec, V. (Dir). *Vieillesse et vieillissements. Regards sociologiques*. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 241-256.

Hercberg, S. et Tallec, A. (2000). *Pour une politique nutritionnelle de santé publique en France*, Rapport pour le Haut comité de Santé publique.

- Herzlich, C. et Pierret, J. (1985). Le cas des malades chroniques : L'auto-soignant, le savoir et les techniques médicales, *Culture technique*, 15, 138-145.
- Hidri-Neys, O. (2004). « Le corps de l'emploi ». Les étudiants et leurs stratégies d'insertion professionnelle, *STAPS*, 66, numéro spécial « Activités Physiques et Genre », 129-142.
- Hidri-Neys, O. (2008). Faut-il travailler son corps pour réussir un entretien d'embauche ? La place de l'apparence physique dans les manuels d'Aide à la recherche d'emploi, *Lien social et Politiques*, 59, 21-32.
- Hidri-Neys, O. (2009). « Qui se ressemble s'assemble ... » : le recrutement des jeunes diplômés dans les professions de cadre commercial, *Formation emploi*, 105, 67-82.
- Hidri-Neys, O. (2011). Le physique de l'emploi, *Communications*, 89, 117-132.
- Hidri-Neys, O. (2013). Le jeu des apparences : piège ou profit ? Enquête auprès des hôtesses d'accueil et de caisse de la distribution sportive, *Travail et Emploi*, 134, 75-89.
- Hidri-Neys, O. (2018). Conversion d'une chercheuse par expériences d'enquête : pour une approche inductive des discriminations à l'embauche selon l'apparence physique, *Les Mondes du Travail*, 21, 89-104.
- Hillairet, D. (2013). *Economie du sport et entrepreneuriat*. Paris : L'Harmattan.
- Hochschild, A. R. (2003). Travail émotionnel, règles de sentiments et structure sociale, *Travailler*, 9, 19-49.
- Honta, M. et Haschar-Noé, N. (2011). Les politiques préventives de santé publique à l'épreuve de la territorialisation : l'introuvable gouvernance régionale du Programme national nutrition santé en Aquitaine, *Sciences Sociales et Santé*, 29/4, 33-62.
- Jablonka, I. (2015). *Le corps des autres*. Paris : Seuil.
- Jacolin-Nackaerts, M. et Clément, J-P. (2008). La lutte contre l'obésité à l'école : entre biopouvoir et individuation. In *Corps et politiques : entre l'individuel et le collectif*, *Lien social et Politiques*, 59, 47-60.
- Jacques, B. (2012). Les cours de préparation à la naissance comme espace de ségrégation sexuelle, *L'information géographique*, 76, 108-21.
- Jarthon, J-M. (2012). *Construction du féminin à travers le fitness : (Paradoxes) entre a priori fantasmé et expériences vécues*. Thèse de doctorat, Université de Caen Basse-Normandie.
- Jarthon, J-M. et Durand, C. (2015). Faire du fitness pour ne pas vieillir ou pour bien vieillir et rester femme, *STAPS*, 107, 45-61.
- Jaspard, M. (2005). *Les violences contre les femmes*. Paris : La Découverte.
- Jeanet, A. (2003). « A votre service ! » La relation de service comme rapport social, *Sociologie du travail*, 45, 191-209.

- Joannis, H. et De Barnier, V. (2005). *De la Stratégie Marketing à la Création Publicitaire*. Paris : Dunod.
- Jonveaux, I. (2015). Un construit économique ? Produits de consommation et différenciation de genre. Le cas des gels douche, *Sociologie du travail*, 57, 230-249.
- Juskowiak, H et Nuytens, W. (2013). Les usages et les valeurs des biographies de sportifs de haut niveau comme matériaux d'enquête, *Communication*, [En ligne].
- Kaufmann, J-C. (1995). *Corps de femmes, regards d'hommes : sociologie des seins nus*. Paris : Nathan.
- Kaufmann, J-C. (2005). Le corps dans tous ses états. Corps visible, corps sensible, corps secret. In Bromberger, C., Duret, P., Kaufmann, J-C., Le Breton, D., De Singly, F. et Vigarello, G. (Dir). « *Un corps pour soi* ». Paris : Presses Universitaires de France, 67-88.
- Kaufmann, J-C. (2015). *Aimer son corps. La tyrannie de la minceur*. Paris : Pocket.
- Kebabza, H. (2006). La mixité dans les quartiers populaires : enjeu ou injonction ? *Réfractations*, 16, 25-35.
- Kergoat, P. (2011). Comprendre les rapports sociaux, *Raison présente*, 178, 11-21.
- Kergoat, P. (2014). Le travail, l'école et la production des normes de genre. Filles et garçons en apprentissage (en France), *Nouvelles questions féministes*, 33, 16-34.
- Kotler, P. et Dubois, P. (1988). *Marketing Management*. Londres : Pearson.
- Kunert, S. (2013). La publicité comme « technologie du genre » stéréotypique. In Kunert, S. *Publicité, Genre et Stéréotypes*. Fontenay-le-Comte : Lussaud, 25-36.
- Laé, J-F. (2003). L'intimité : une histoire longue de la propriété de soi, *Sociologie et sociétés*, 35/2, 139-147.
- Lacuisse-Chabot, A., Nathan-Tilloy, C. et coll. (2004). L'impérialisme de la minceur. Images de mode, images de soi. In Hubert, A. (Dir). *Corps de femmes sous influence. Questionner les normes. Les cahiers de l'Ocha*, 10, 113-120.
- Lahire, B. (2001). Héritages sexués : incorporation des habitudes et des croyances. In Blöss, T. *La dialectique des rapports hommes-femmes*. Paris : Presses Universitaires de France, 9-25.
- Lahire, B. (2005). Fabriquer un type d'homme « autonome » : analyse des dispositifs scolaires, In Lahire, B. *L'esprit sociologique*. Paris, La Découverte, 322-347.
- Lan, P-C. (2001). The body as a Contested Terrain for Labor Control : Cosmetics Retailers in Department Stores and Direct Selling. In Baidoz, R.; Koeber, C. et Kraft, P. (Dir). *The Critical Study of Work : Labor Technology and Global Production*. Philadelphie : Temple University Press.

- Laufer, J. (2005). Domination. In Maruani, M. (Dir). *Femmes, genre et sociétés, l'état des savoirs*. Paris : La dispute, 67-75.
- Le Breton, D. (1990). *Anthropologie du corps et modernité*. Paris : Presses universitaires de France.
- Le Breton, D. (1999). *L'Adieu au corps*. Paris : Métailié.
- Le Breton, D. (2005). Le corps, la limite : signes d'identité à l'adolescence. In Bromberger, C., Duret, P., Kaufmann, J-C., Le Breton, D., De Singly, F. et Vigarello, G. (Dir). *Un corps pour soi*. Paris : Presses Universitaires De France, 89-114.
- Le Breton, D. (2010a). Ingénieurs de soi : technique, politique et corps dans la production de l'apparence, *Sociologie et sociétés*, 42/2, 139-151.
- Le Breton, D. (2010b). D'une tyrannie de l'apparence : corps de femmes sous contrôle. In Dion, M. et Julien, M. (Dir). *Ethique de la mode féminine*. Paris : Presses Universitaires de France, 3-26.
- Le Breton, D. (2012). *La sociologie du corps*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Le Breton, D. (2013). Obésités : entre stigmatisme et séduction. In Le Breton, D., Pomarède, N., Vigarello, G., Andrieu, B. et Boëtsch, G. (Dir). *Corps en formes*. Paris : CNRS, 75-83.
- Le Feuvre, N. (2017). La féminisation des enseignants-chercheurs en France : entre conformité et transgression du genre. In Buisson-Fenet, H. (Dir). *Ecole des filles, école des femmes. L'institution scolaire face aux parcours, normes et rôles professionnels sexués*. Louvain-la-Neuve : De Boeck Supérieur, 207-220.
- Lentillon, V. (2005). Privation, justice, inégalités : perceptions différenciées chez les filles et les garçons au niveau des notes et du soutien obtenues en EPS ? In Cogérino, G. (Dir). *Filles et garçons en EPS*. Paris : Revue EPS, 181-197.
- Lentillon-Kaestner, V., Allain, M. et Ohl, F. (2015). Troubles du comportement alimentaire et pratique de sports de remise en forme. *STAPS*, 110, 75-92.
- Le Renard, A. (2010). Partager des contraintes de genre avec les enquêtées. Quelques réflexions à partir du cas saoudien, *Genèses*, 81, 128-141.
- Le Roux, N. (2015). De la passion du sport à la raison d'entreprise. La mobilisation des cadres par une enseigne de la grande distribution d'articles de sport. In Lorient, M. et Le Roux, N. (Dir). *Le travail passionné : l'engagement artistique, sportif ou politique*. Toulouse : Eres, 183-213.
- Lignon, F., Porhel, V. et Rakoto-Raharimanana, H. (2013). Etudes des stéréotypes de genre dans les manuels scolaires. In Morin, C. et Salle, M. (Dir). *A l'école des stéréotypes*. Paris : L'Harmattan, 95-113.

- Louveau, C. (1981). La forme, pas les formes ! Simulacres et équivoques dans les pratiques physiques féminines. In Pociello, C. *Sports et Société, approche socio-culturelle des pratiques*. Paris : Vigot, 303-318.
- Louveau, C. (2004a). Pratiquer une activité physique ou sportive : persistance des inégalités parmi les femmes, *Recherches féministes*, 17/1, 39-76.
- Louveau, C. (2004b). Sexuation du travail sportif et construction sociale de la féminité, *Cahiers du Genre*, 36, 163-183.
- Louveau, C. (2006). Inégalité sur la ligne de départ : femmes, origines sociales et conquête du sport, *Clio*, 23, 119-143.
- Louveau, C. (2007). Le corps sportif : un capital rentable pour tous ? *Actuel Marx*, 41, Presses Universitaires de France, 55-70.
- Louveau, C. et Davaisse, A. (1998). *Sports, école, société : la différence des sexes, féminin, masculin et activités sportives*. Paris : L'Harmattan.
- Löwy, I. (2006). *Emprise de genre. Masculinité, féminité, inégalité*. Paris : La Dispute.
- Lugrin, G. (2006). Instrumentalisation de la sémiotique au service de la publicité et du marketing : état des lieux, *Market Management*, 6, 5-36.
- Mahi, L. (2017). Sur la balance, le poids de la peine. Analyse des usages d'un instrument de mesure. In Combessie, P. (Dir). *Corps en péril, corps miroir. Approches socio-anthropologiques*. Nanterre : Presses universitaires de Paris Nanterre, 117-130.
- Maingueneau, D. (2016). Analyser les textes de communication. Paris : Armand Colin.
- Maisonneuve, J. et Bruchon-Schweitzer, M. (1999). *Le corps et la beauté*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Malochet, G. (2008). Surveillantes surveillées : La mixité au travail dans les prisons pour hommes. In Guichard-Claudic, Y., Kergoat, D. et Vilbrod, A. (Dir). *L'inversion du genre. Quand les métiers masculins se conjuguent au féminin ... et réciproquement*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 133-144.
- Marcellini, A., Perera, E., Rodhain, A. et Férez, S. (2016). Rapport au corps et engagement dans les activités physiques chez les personnes en situation d'obésité, *Santé Publique HS*, 1, 117-125.
- Maruani, M. (2011). *Travail et emploi des femmes*. Paris : La découverte.
- Maruéjols, E. (2011). La mixité à l'épreuve des loisirs des jeunes dans trois communes de Gironde. *Agora débats/jeunesses*, 59, 79-91.

- Masson, E. (2004). Le mincir, le grossir, le rester mince. Rapport au corps et au poids et pratiques de restrictions alimentaires. In Hubert, A. (Dir). Corps de femmes sous influence. Questionner les normes, *Les cahiers de l'Ocha*, 10, 26-46.
- Masson, E. et Haas, V. (2010). Dire et taire : l'intersubjectivité dans l'entretien de recherche, *Bulletin de psychologie*, 505, 5-13.
- McKay, J. et Laberge, S. (2006). Sport et masculinités. In Terret, T. et Zancarini-Fournel, M. (Dir). *Le genre du sport*. Toulouse : Presses Universitaires du Mirail, 239-267.
- Meidani, A. (2003). *Des médias aux centres de la remise en forme : jeux et enjeux de la construction sociale de la corporéité*. Thèse de doctorat Université Toulouse II – Le Mirail.
- Meidani, A. (2005). De la représentation collective à la pratique quotidienne de la forme. In Saint-Martin, J. et Terret, T. *Sport et genre. Apprentissage du genre et institutions éducatives*, 3. Paris : L'Harmattan, 109-129.
- Meidani, A. (2007). *Les fabriques du corps*. Toulouse : Presses universitaires du Mirail.
- Memmi, D. (2008). Mai 68 ou la crise de la domination rapprochée. In Damamme, D., Gobille, B., Matonti, F. et Pudal, B. (Dir). *Mai-Juin 68*. Paris : Les éditions de l'Atelier.
- Memmi, D. (2010). L'autoévaluation, une parenthèse ? Les hésitations de la biopolitique, *Cahiers internationaux de sociologie*, 128-129, 299-314.
- Menesson, C. (2006a). Le gouvernement des corps des footballeuses et boxeuses de haut niveau, *Clio*, 23, 179-196.
- Menesson, C. (2006b). Sociologie du genre et du sport, un dialogue possible. In Ohl, F. *Sociologie du sport Perspectives internationales et mondialisation*. Paris : Presses universitaires de France, 131-135.
- Menesson, C. (2009). Régimes de genre et dispositions : une piste d'analyse. L'exemple des contextes sportifs. In Cardon, P., Kergoat, D. et Pfefferkorn, R. (Dir). *Chemins de l'émancipation et rapports sociaux de sexe*. Paris : La Dispute, 63-77.
- Menesson, C. (2012). Pourquoi les sportives ne sont-elles pas féministes ? De la difficulté des mobilisations genrées dans le sport, *Sciences sociales et sport*, 5, 161-191.
- Menesson, C., Visentin, S., Clément, J.P. (2012). L'incorporation du genre en gymnastique rythmique, *Ethnologie française*, 42/2, 591-600.
- Mercier-Lefèvre, B. (2014). Fabriquer du masculin dans les formations en Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives (STAPS). In Ayral, S. et Raibaud, Y. (Dir). *Pour en finir avec la fabrique des garçons*, 2, Loisirs, sport, culture. Pessac : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 73-91.

- Meron, M. (2005). Des femmes et des métiers : encore bien loin de la parité. In Maruani, M. *Femmes, genre et sociétés*. Paris : La Découverte, 247-255.
- Mignon, P. et Truchot, G. (2001). *La France sportive, premiers résultats de l'enquête « pratiques sportives 2000 »*. Ministère de la Jeunesse et des Sports.
- Ministère des sports (2010). Centre de remise en forme ou de fitness. In *Guide pratique d'accompagnement à la création d'entreprise*, 316-323. <http://www.sports.gouv.fr/guide-creation-entreprise/files/centre-de-remise-en-forme.pdf>, consulté le 6 mai 2015 à 23h50.
- Mischler, S. et Pichot, L. (2005). La nécessaire diversification des politiques de salles de fitness. Les logiques d'action des entreprises de la forme en Alsace, *Loisir et société*, 28/1, 239-263.
- Molinier, P. (2014). Les métiers ont-ils un sexe ? In Fournier, M. (Dir). *Masculin féminin pluriel*. Auxerre : Sciences Humaines.
- Mollard-Desfour, A. (2008). Pantalon rouge, grisette, rose Barbie, les couleurs de l'habit comme marqueur d'identité. CNRS, [En ligne].
- Monchatre, S. (2007). Pourquoi la sociologie ? [En ligne].
- Monjaret, A. et Pugeault, C. (2014). Introduction. Prise de contact et assignations de place sur le terrain. In Monjaret, A. et Pugeault, C. (Dir). *Le sexe de l'enquête. Approches sociologiques et anthropologiques*. Lyon : ENS, 81-84.
- Montanola, S. (2011). La complexe médiatisation des sportives de haut niveau : le cas des championnats du monde d'athlétisme, *Sciences de la société*, 83, 82-103.
- Moreno, C. (2006). Formes de mixité et inégalités de réussite entre filles et garçons. In Cogérino, G. (dir). La mixité en éducation physique. Paroles, réussites, différenciations. *Revue EPS*, 67, 40-54.
- Morin, T. et Penicaud, E. (2015). Indépendants et dirigeants salariés d'entreprise : un tiers de femmes, *Insee Première*, 1563, 1-4.
- Mosconi, N. (2004). Effets et limites de la mixité scolaire, *Travail, genre et sociétés*, 11, 165-174.
- Mosconi, N. et Vouillot, F. (2013). Pourquoi la mixité fait-elle encore parler d'elle ? In Maruani, M. (Dir). *Travail et genre dans le monde*. Paris : La Découverte, 71-79.
- Mouchès, A. (1994). La représentation subjective de la silhouette féminine, *Cahiers internationaux de psychologie sociale*, 4/24, 76-87.
- Muscianisi, V. (2016). Le corps du chercheur en jeu sur le terrain : une expérience ethnographique au sein d'une compagnie de mime contemporain. In Perera, E. et Beldame, Y. (Dir). *In situ. Situations, interactions et récits d'enquête*. Paris : L'Harmattan, 59-70.

- Nahoum-Grappe, V. (2004). Souffrir pour être belle. Une invitation à l'ethnologie de la mondialisation cosmétique, *Sciences Sociales et Santé*, 22/2, 35-39.
- Neyrand, G. (2014). Corps sexué et identité, un espace de confrontations normatives, *Recherches familiales*, 11, 97-110.
- Nguyen-Vaillant, M-F. (2010). Le carnet de surveillance dans le diabète. Entre usage médical et traces de vie, *Revue d'anthropologie des connaissances*, 4, 380-408.
- Ninot, G. (2012). Autonomie physique et amélioration de la qualité de vie au sujet âgé. In Mateu, J., Reynier, M. et Vialla, F. (Dir). *Les assises du corps transformé. Le corps vieillissant*. Bordeaux : Les études hospitalières, 181-190.
- Nuytens, W. (2014). Facteur de troubles ? La vigilance au cours d'une enquête de longue durée, *Recherches qualitatives*, 33/1, 64-85.
- Octobre, S. (2014). Réflexions liminaires sur le genre et les pratiques culturelles : féminisation, socialisation et domination. In Octobre, S. *Questions de genre, questions de culture*, Ministère de la Culture - DEPS « questions de culture », 7-25.
- Olivier, A. (2015). Des hommes en école de sages-femmes. Sociabilités étudiantes et recompositions des masculinités, *Terrains et travaux*, 27, 79-98.
- Pagès-Delon M. (1989). *Le corps et ses apparences, l'envers du look*. Paris : L'Harmattan.
- Pagès, M. (2001). Corporités sexuées : jeux et enjeux. In Blöss, T. (Dir). *La dialectique des rapports hommes-femmes*. Paris : Presses Universitaires de France, 219-238.
- Pahud, S. (2007). Stéréotypage des identités sexuées dans le discours publicitaire. In Boyer, H. (Dir). *Stéréotypage, stéréotypes : fonctionnements ordinaires et mises en scène. Tome 3, Education, école, didactique*. Actes du Colloque International de Montpellier. Paris : L'Harmattan, 233-240.
- Pahud, S. (2009). *Variations publicitaires sur le genre. Une analyse linguistique des représentations publicitaires du féminin et du masculin*. Lausanne : Artesia.
- Paugam, S. (2006). L'épreuve du chômage : une rupture cumulative des liens sociaux ? *European Journal of Social Sciences*, 135, 11-27.
- Payet, J-P. et Giuliani, F. (2010). Introduction : Rencontrer, interpréter, reconnaître. Catégorisation et pluralité de l'acteur faible. In Payet, J-P. ; Rostaing, C. et Giuliani, F. *La relation d'enquête. La sociologie au défi des acteurs faibles*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes.
- Perera, E. (2017). *Emprise de poids. Initiation au body-building*. Paris : L'Harmattan.
- Peretz, H. (1998). *Les méthodes en sociologie. L'observation*. Paris : La Découverte.
- Pezeu, G. (2011). Une histoire de la mixité, *Cahiers pédagogiques*, 487, [En ligne].

- Pfeffer, L. (2005). Les dess(e)ins du visage féminin. Une anthropologie du maquillage, *Revue des Sciences Sociales*, 33, 50-57.
- Pfefferkorn, R. (2006). Des femmes chez les sapeurs-pompiers, *Cahiers du Genre*, 40, 203-230.
- Pfefferkorn, R. (2008). Introduction deuxième partie. In Guichard-Claudic, Y., Kergoat, D. et Vilbrod, A. (Dir). *L'inversion du genre. Quand les métiers masculins se conjuguent au féminin ... et réciproquement*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 113-119.
- Pharabod, A-S., Nikolski, V. et Granjon, F. (2013). La mise en chiffres de soi. Une approche compréhensive des mesures personnelles, *Réseaux*, 177, 97-129.
- Pichot, L. (2003). Clubs de football et salles de « fitness » : deux exemples d'entreprise sportive. In Gasparini, W. (Dir). *L'organisation sportive*, *Revue EPS*, 69-86.
- Pichot, L. (2014). L'agir au travail du professeur de fitness. Le lien social rythmé par le corps et la technique, *Techniques & Culture*, 62, 252-271.
- Pichot, L. (2016). L'activité de travail du professeur de fitness au prisme de la solidarité technique, *Activités*, 13-2, [En ligne].
- Pichot, L. et Wipf, E. (2011). Le professeur de fitness au travail : regard ethnographique en situation, *Communications*, 133-146.
- Pierre, J. ; Caluzio, C. et Schut, P-O. (2015). La pratique sportive des séniors : des profils et des besoins variés, *Retraite et société*, 71, 75-90.
- Pietrucci, S. Vientiane, C. et Vincent, A. (2012). *Contre les publicités sexistes*. Montreuil : L'Echappée.
- Pinçon, M. et Pinçot-Charlot, M. (1991). Pratiques d'enquête dans l'aristocratie et la grande bourgeoisie : distance sociale et conditions spécifiques de l'entretien semi-directif, *Genèses*, 3, 120-133.
- Pomarède, N. (2013). La cellulite et ses traitements. In Le Breton, D. ; Pomarède, N. ; Vigarello, G. ; Andrieu, B. et Boëtsch, G. (Dir). *Corps en formes*. Paris : CNRS, 93-97.
- Poulain, J-P. (2002). *Sociologies de l'alimentation : les mangeurs et l'espace social alimentaire*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Poulain, J-P. (2009). *Sociologie de l'obésité*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Prévot, E. (2010). Féminisation de l'armée de terre et virilité du métier des armes, *Cahiers du Genre*, 48, 81-101.
- Prudhomme-Poncet, L. (2003). Mixité et non-mixité : l'exemple du football féminin, *Clio*, 18, 167-175.
- Pruvost, G. (2014). Ni policier ni homme : une sociologue enquête sur la féminisation de la police. In Monjaret, A. et Pugeault, C. (Dir). *Le sexe de l'enquête. Approches sociologiques et*

anthropologiques. Lyon : ENS, 165-180.

Puijalon, B. et Trincaz, J. (2014). L'injonction normative au « bien vieillir ». In Hummel, C., Mallon, I. et Caradec, V. (Dir). *Vieillesse et vieillissements. Regards sociologiques*. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 61-72.

Queval, I. (2008). *Le corps aujourd'hui*. Paris : Gallimard.

Raibaud, Y. (2012). Genre et espaces du temps libre, *L'information Géographique*, 76, 40-56.

Raibaud, Y. (2014). Introduction. Sport, culture, loisirs : ces autres lieux de production et de consolidation de l'identité masculine. In Ayral, S. et Raibaud, Y. (Dir). *Pour en finir avec la fabrique des garçons*, 2, Loisirs, sport, culture. Pessac : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 9-25.

Raibaud, Y. (2015). *La ville faite par et pour les hommes*. Paris : Belin.

Raveneau, G. (2016). Prolégomènes à une anthropologie symétrique et réflexive. In Perera, E. et Beldame, Y. (Dir). *In situ. Situations, interactions et récits d'enquête*. Paris : L'Harmattan, 29-41.

Régnier, F. (2017). Vers un corps féminin sur mesure : l'alimentation et les techniques de la corpulence en France et aux Etats-Unis (1934-2010), *L'année sociologique*, 67, 131-162).

Remaury, B. (2000). *Le beau sexe faible. Les images du corps féminin entre cosmétique et santé*. Paris : Grasset et Le Monde.

Renahy, N. (2006). « L'œil de Moscou ». Devenir porte-parole d'un groupe illégitime, *Ethnographiques.org*, 11, [En ligne].

Riffaut, H. (2017). Entre les lignes. Enquête sur les nageurs réguliers de la piscine Pontoise de Paris. In Campigotto, M., Dobbels, R. et Mescoli, E. (Dir). *Ethnographies du proche. Perspectives réflexives et enjeux de terrain*. Louvain-la-Neuve : Presses Universitaires de Louvain, 83-97.

Rosenwald, F. (2006). Filles et garçons dans le système éducatif depuis vingt ans, *Données sociales, La société française*, 87-94.

Roussel, P. et Griffet, J. (2001). Regards sur les femmes culturistes, *Science et motricité*, 42, 16-23.

Roussel, P. et Griffet, J. (2004). Le muscle au service de la « beauté » : la métamorphose des femmes culturistes, *Recherches féministes*, 17, 143-172.

Sacriste, V. (2001). Sociologie de la communication publicitaire, *L'année sociologique*, 51, 487-498.

Sacriste, V. (2002). Communication publicitaire et consommation d'objet dans la société moderne, *Cahiers internationaux de sociologie*, 112, 123-150.

- Sauter, A. (2015). Ordre sportif et police de genre, *Revue du Mauss*, 46, 204-218.
- Schweitzer, S. (2008). Mixité des formations supérieures et des professions diplômées en Europe, XIXe-XXe siècles. In Hirit, H., Rosa Lombardi, M. et Maruani, M. (Dir). *Travail et genre. Regards croisés France, Europe, Amérique latine*. Paris : La Découverte, 213-224.
- Scodellaro, C.; Pan Ké Shon, J-L. et Legleye, S. (2017). Troubles dans les rapports sociaux : le cas de l'anorexie et de la boulimie, *Revue française de sociologie*, 58, 7-40.
- Soares, A. (2002). Le prix d'un sourire. Travail, émotion et santé dans les services. In Harrisson, D. et Legendre, C. *Santé, sécurité et transformation du travail : réflexions et recherches sur le risque professionnel*. Québec : Presses de l'Université du Québec, 229-250.
- Sohn, A. (2006). Le corps sexué. In Courtine J.J. (Dir). *Histoire du corps, Les mutations du regard*. Le XX^{ème} siècle. Paris : Seuil, 95-132.
- Sorignet, P-E. (2014). Le métier de danseur. Retour sur une enquête, *STAPS*, 103, 119-131.
- Stevanovic, B. et Mosconi, N. (2005). L'École Polytechnique Féminine : une mixité paradoxale, *Revue française de pédagogie*, 150, 19-29.
- Talleu, C. (2011). Manuel de bonnes pratiques, égalité homme-femme dans le sport, EPAS et le conseil de l'Europe.
- Terret, T. (2004). Sport et masculinité : une revue de questions, *STAPS*, 66, 209-225.
- Terret, T. (2006). Le genre dans l'histoire du sport, *Clio*, 209-238, [En ligne].
- Terret, T., Cogérino, G. et Rogowski, I. (2006). *Pratiques et représentations de la mixité en EPS*. Paris : Revue EPS.
- Thiault, F. (2009). Recherche indigène et familiarité avec l'objet de recherche, *Etudes de communication*, 32, [En ligne].
- Travaillot, Y. (1998). *Sociologie des pratiques d'entretien du corps*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Travaillot, Y. (2005). Les années 1960 et 1970 : âge d'or de la féminisation du sport ? In Saint-Martin, J. et Terret, T. *Sport et genre. Apprentissage du genre et institutions éducatives*, 3. Paris : L'Harmattan, 93-108.
- Travaillot, Y. et Haissat, S. (2007). Corps sportifs : corps à la mode au féminin depuis les années soixante ? *Corps*, 2, 19-24.
- Trémoulinas, A. (2007). Enquêter dans un lieu public, *Genèses*, 66/1, 108-122.
- Vandebroek, D. (2015). Distinctions charnelles. Obésité, corps de classe et violence symbolique, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 208, 14-39.

- Vanderschelden, M. (2006). Homogamie socioprofessionnelle et ressemblance en termes de niveau d'études : constat et évolution au fil des cohortes d'unions, *Economie et Statistique*, 398-399, 33-58.
- Viallon, R. (2002). Le fitness. In Le Roux, N. et Camy, J. (Dir). *L'Emploi sportif en France : situation et tendances d'évolution*. Clapiers : AFRAPS / Dijon : RUNOPES, 121-130.
- Vigarelo, G. (1982). Les vertiges de l'intime, *Esprit*, 62, 68-78.
- Vigarelo, G. (1999). *Histoire des pratiques de santé : le sain et le malsain depuis le Moyen-âge*. Paris : Seuil.
- Vigarelo, G. (2004). *L'histoire de la beauté, le corps et l'art d'embellir de la renaissance à nos jours*. Paris : Seuil.
- Vigarelo, G. (2005). Beauté féminine, beauté culturelle : l'invention de la « ligne » dans l'idéal esthétique. In Bromberger, C., Duret, P., Kaufmann, J-C., Le Breton, D., De Singly, F. et Vigarelo, G. (Dir). *Un corps pour soi*. Paris : Presses Universitaires De France, 139-151.
- Vigarelo, G. (2010). L'obésité, mal identitaire, mal sournois. *Esprit*, 2, 14-23.
- Vigarelo, G. (2012a). *La silhouette du XVIII^{ème} siècle à nos jours*. Paris : Seuil.
- Vigarelo, G. (2012b). Le défi actuel de l'apparence. Une tragédie ? *Communications*, 91, 191-200.
- Vigarelo, G. (2013a). *Les métamorphoses du gras : histoire de l'obésité*. Paris : Points.
- Vigarelo, G. (2013b). Introduction. In Le Breton, D. , Pomarède, N. , Vigarelo, G. , Andrieu, B. et Boëtsch, G. (Dir). *Corps en formes*. Paris : CNRS, 15-18.
- Vigeron, C. (2005). Une improbable réussite des filles en EPS : l'exemple des sports collectifs. In Cogérino, G. *Filles et garçons en EPS*. Paris : *Revue EPS*, 125-162.
- Vincent, J. (2005). Le rugby féminin : un rugby à part entière ou un monde entièrement à part ? In Chovaux, O. et Nuytens, W. (Dir). *Rugby : un monde à part ? Enigmes et intrigues d'une culture atypique*. Arras : Artois Presses Université, 151-178.
- Vouillot, F. (2007). L'orientation aux prises avec le genre, *Travail, genre et sociétés*, 18, 87-108.
- Vouillot, F. (2010). L'orientation, le butoir de la mixité, *Revue française de pédagogie*, 171, 59-67.
- Vouillot, F. (2012). L'orientation des filles et des garçons sous la loi de la différence, *Questions d'orientation*, [En ligne].
- Vouillot, F. (2014). *Les métiers ont-ils un sexe ? Pour sortir des sentiers battus de l'orientation des filles et des garçons*. Paris : Belin.

- Vouillot, F., Mezza, J., Steinbruckner, M-L. et Thiénot, L. (2011). *Orientation scolaire et discrimination. Quand les différences de sexe masquent les inégalités*. Paris : La documentation française.
- Wacquant, L. (2007). La saveur et la douleur de l'action, *Corps et culture*, 5/7, [En ligne].
- Welzer-Lang, D. (2010). La mixité non ségrégative confrontée aux constructions sociales du masculin, *Revue française de pédagogie*, 171, 15-29, [En ligne].
- Wipf, E., Pichot, O., Bauger, P. et Mischler, S. (2008). L'appréciation des compétences dans le recrutement des professionnels par les exploitants des salles de remise en forme, *STAPS*, 82, 9-28.
- Zaidman, C. (2007). La mixité, objet d'étude scientifique ou enjeu politique, *Cahiers du Genre*, 42, 205-218.
- Zegaï, M. (2010). Trente ans de catalogues de jouets : Mouvence et permanences des catégories de genre. In Octobre, S. et Sirota, R. (Dir). *Actes du colloque Enfance et cultures : regards des sciences humaines et sociales*, [En ligne].

Table des matières

Table des illustrations

<u>Cartographie 1</u> : Recensement des salles de remise en forme réservées aux femmes	p.38
<u>Cartographie 2</u> : Recensement des salles de remise en forme mixtes enquêtées	p.39
<u>Photographie 1</u> : Annonce des mesures mensuelles par voie d'affichage au sein du centre	p.63
<u>Photographie 2</u> : Evolution de mes résultats au cours des cinq derniers mois	p.70
<u>Photographies 3</u> : Définir son objectif	p.86
<u>Photographies 4</u> : Des modèles de beauté mis en vitrine	p.87
<u>Photographies 5</u> : Une de magazines dits féminins	p.87
<u>Photographies 6</u> : Logos des centres de remise en forme mixtes	p.89
<u>Photographies 7</u> : Logos des centres de remise en forme réservés aux femmes	p.90
<u>Photographie 8</u> : Présentation de la tarification	p.100
<u>Photographie 9</u> : Espace <i>cardio-training</i> d'un centre de remise en forme réservé aux femmes	p.103
<u>Photographies 10</u> : Espace musculation d'une salle réservée aux femmes et d'un centre mixte	p.106
<u>Photographies 11</u> : Présentation de différents <i>circuit-training</i>	p.108
<u>Photographies 12</u> : Focus sur les machines	p.109
<u>Photographies 13</u> : Mosaïque des publicités diffusées par les salles de fitness mixtes	p.113
<u>Photographies 14</u> : Mosaïque des publicités diffusées par les salles de fitness unisexes	p.117
<u>Photographies 15</u> : Les pratiquantes des salles unisexes sur le devant de la scène	p.123
<u>Photographies 16</u> : Les pratiquantes des centres de remise en forme mixtes	p.127
<u>Photographies 17</u> : Représentation des professionnel.le.s de la forme dans la publicité	p.131
<u>Photographies 18</u> : Représentation des professionnel.le.s dans leur quotidien	p.134
<u>Photographies 19</u> : Devantures de salles indépendantes ou franchisées	p.146
<u>Photographies 20</u> : Les structures démixées vues de l'intérieur	p.150
<u>Photographies 21</u> : Une décoration qui se veut soignée	p.155
<u>Photographies 22</u> : Un choix de couleurs stéréotypé	p.155
<u>Photographies 23</u> : Des espaces mis à disposition des clientes pour se détendre	p.156
<u>Photographies 24</u> : Conseils prodigués par la franchise <i>Curves</i> aux encadrant.e.s	p.199
<u>Photographies 25</u> : Quand le corps des encadrantes est dissimulé	p.202
<u>Photographies 26</u> : Documents soumis aux nouvelles clientes	p.214
<u>Photographie 27</u> : Message reçu par voie postale lors de nos observations participantes	p.230
<u>Photographies 28</u> : Des canons de beauté à admirer pendant la pratique	p.231
<u>Photographies 29</u> : Des cours pour sculpter son corps au gré de ses « envies »	p.236
<u>Photographies 30</u> : Une programmation sur mesure au sein des centres <i>Lady Moving</i> et <i>Femmes en Forme</i>	p.236
<u>Photographies 31</u> : Des articles pour promouvoir les bienfaits des services <i>Curves</i> sur la santé	p.244
<u>Photographies 32</u> : La prévention à la une	p.245
<u>Photographie 33</u> : Se saisir de la problématique de l'obésité	p.247
<u>Photographie 34</u> : Outil de mesure mobilisé par l'enseigne	p.264
<u>Photographies 35</u> : De la perte de calories et de poids comme défi	p.266
<u>Photographies 36</u> : La technologie au service de la quantification de l'effort	p.268
<u>Photographies 37</u> : Visualiser sa performance	p.270
<u>Photographie 38</u> : Quand les chiffres objectivent la performance	p.272
<u>Photographie 39</u> : Des chiffres pour rendre compte de son engagement corporel	p.272
<u>Photographies 40</u> : Une prise de mesures qui ne passe pas inaperçue	p.275
<u>Photographie 41</u> : Un bilan mensuel tout en courbes	p.279
<u>Photographies 42</u> : Encourager l'effort pour se voir récompenser	p.283

<u>Photographies 43</u> : Récompenser les comportements conformes aux attentes de l'institution	p.284
<u>Photographies 44</u> : Récompenser les abonnées les plus investies dans la pratique	p.285
<u>Photographies 45</u> : La réussite des pratiquantes affichée et hiérarchisée	p.286
<u>Photographies 46</u> : Quand la pratique s'inscrit dans la durée et qu'elle est récompensée	p.288
<u>Photographies 47</u> : Les chiffres et les courbes de la réussite	p.288
<u>Photographies 48</u> : Prouver la transformation sur les corps	p.289
<u>Photographie 49</u> : Une élection pas comme les autres	p.291

Table des encadrés

<u>Encadré 1</u> : Observations du mercredi 16 juillet 2014	p.49
<u>Encadré 2</u> : Observations du vendredi 12 mai 2017	p.62
<u>Encadré 3</u> : Observations du mercredi 12 juillet 2017	p.62
<u>Encadré 4</u> : Observations du jeudi 1 ^{er} juin 2017	p.63
<u>Encadré 5</u> : Observations du mardi 11 juillet 2017	p.67
<u>Encadré 6</u> : Observations du mardi 12 septembre 2017	p.74
<u>Encadré 7</u> : Extraits d'entretiens avec les clientes des établissements unisexes	p.101
<u>Encadré 8</u> : Observations du mardi 30 septembre 2014	p.157
<u>Encadré 9</u> : Observations du mercredi 10 mai 2017	p.158
<u>Encadré 10</u> : Observations du lundi 12 juin 2017	p.158
<u>Encadré 11</u> : Extraits d'entretiens avec les clientes des établissements démixés	p.162
<u>Encadré 12</u> : Extraits d'entretiens avec les pratiquantes	p.173
<u>Encadré 13</u> : Extraits d'entretiens avec les clientes des salles interdites aux hommes	p.178
<u>Encadré 14</u> : Observations du mardi 30 mai 2017	p.183
<u>Encadré 15</u> : Observations du jeudi 6 juin 2017	p.184
<u>Encadré 16</u> : Observations du jeudi 20 juillet 2017	p.184
<u>Encadré 17</u> : Extraits d'entretiens avec les clientes des salles interdites aux hommes	p.204
<u>Encadré 18</u> : Des mensurations idéales dans les années 30	p.215
<u>Encadré 19</u> : Extraits d'entretiens avec les abonnées des établissements unisexes	p.221
<u>Encadré 20</u> : Extraits d'entretiens avec les clientes des établissements unisexes	p.223
<u>Encadré 21</u> : Extraits d'entretiens avec les clientes des structures démixées	p.235
<u>Encadré 22</u> : Extraits d'entretiens avec les adhérentes des salles réservées aux femmes	p.237
<u>Encadré 23</u> : Extraits d'entretiens avec les clientes des salles interdites aux hommes	p.260
<u>Encadré 24</u> : Extraits d'entretiens avec les adhérentes des structures <i>Curves</i>	p.268
<u>Encadré 25</u> : Observations du vendredi 22 septembre 2017	p.277
<u>Encadré 26</u> : Extraits d'entretiens avec les abonnées de l'enseigne	p.277
<u>Encadré 27</u> : Extraits de témoignages affichés au sein de différentes structures <i>Curves</i>	p.290

Table des tableaux

<u>Tableau 1</u> : Mesures personnelles	p.57
<u>Tableau 2</u> : Nom commercial et slogan des centres de remise en forme mixtes	p.81
<u>Tableau 3</u> : Nom commercial et slogan des centres de remise en forme réservés aux femmes	p.83
<u>Tableau 4</u> : Implantation géographique des centres de remise en forme enquêtés	p.93
<u>Tableau 5</u> : Tarifs pratiqués par les salles de fitness <i>low-cost</i> enquêtées	p.97
<u>Tableau 6</u> : Tarifs pratiqués par les salles de fitness positionnées sur le milieu de gamme	p.99
<u>Tableau 7</u> : Cours (non)chorégraphiés dispensés	p.105

<u>Tableau 8</u> : Mise en image des abonnées	p.118
<u>Tableau 9</u> : Les clientes au regard de leur couleur de peau	p.118
<u>Tableau 10</u> : Les clientes au regard de leur âge	p.118
<u>Tableau 11</u> : Morphologies présentées par les modèles mis en scène	p.119
<u>Tableau 12</u> : Se présenter aux yeux des autres	p.120
<u>Tableau 13</u> : Représenter l'effort en train de se faire	p.120
<u>Tableau 14</u> : Quand les publicités professionnelles et amateurs s'accordent	p.124
<u>Tableau 15</u> : La valorisation des corps considérés comme déviants	p.125
<u>Tableau 16</u> : Une présentation de soi moins ritualisée au sein des salles de fitness unisexes	p.125
<u>Tableau 17</u> : L'effort physique peu valorisé dans les entre-femmes	p.126
<u>Tableau 18</u> : Des corps mannequins aux corps réels	p.128
<u>Tableau 19</u> : Soigner les apparences au sein des centres de remise en forme mixtes	p.129
<u>Tableau 20</u> : Représenter les clientes en action	p.130
<u>Tableau 21</u> : Des femmes et des hommes dans leur activité professionnelle	p.131
<u>Tableau 22</u> : Tenues de pratique portées par les adhérentes	p.172
<u>Tableau 23</u> : Recensement des professionnel.l.e.s selon le sexe	p.191
<u>Tableau 24</u> : Recensement des encadrant.e.s selon le sexe	p.196
<u>Tableau 25</u> : La perte de poids comme seul mot d'ordre ou presque	p.218
<u>Tableau 26</u> : Des résultats obtenus aux résultats espérés	p.232
<u>Tableau 27</u> : Des encadrant.e.s aux qualifications éclectiques au sein des centres <i>Curves</i> .	p.254
<u>Tableaux 28</u> : Interprétation de l'Indice de Masse Corporelle	p.262
<u>Tableau 29</u> : Un corps mesuré au centimètre près	p.263
<u>Tableau 30</u> : Quand le gras est quantifié et catégorisé	p.264
<u>Tableau 31</u> : Une insatiable perte de poids	p.293

Annexes

Annexe 1 : Livre de codage réalisé en vue d'analyser les supports communicationnels des centres de remise en forme unisexes et mixtes

N° var.	Intitulé de la variable	N° Modalité de réponse	Modalité de réponse	N° var.	Intitulé de la variable	N° Modalité de réponse	Modalité de réponse
1	Nom de l'organisation	<i>Fermé unique</i>		11	Ville d'implantation	<i>Fermé unique</i>	
		1	Amazonia			1	Armentières
		2	Bodyfit Club			2	Arras
		3	Body Harmony			3	Avelin
		4	Capform			4	Béthune
		5	Centre aquatique			5	Boulogne-sur-Mer
		6	Club de gym			6	Calais
		7	Curves			7	Cambrai
		8	European fitness			8	Chambly
		9	Femmes en forme			9	Douai
		10	Fitness Pass			10	Douvrin
		11	Fitness Park			11	Faches Thumesnil
		12	Fitness Sun			12	Hallennes-lez-Haubourdin
		13	Fit&Zen			13	Hazebrouck
		14	Form'elles			14	Lambersart
		15	Form'en sale			15	Lens
		16	Gymstreet			16	Lille
		17	Keepcool			17	Lomme
		18	Lady Fitness			18	Mouvaux
		19	Ladyform fitness			19	Noeux-les-Mines
		20	Lady Moving			20	Roncq
		21	L'Orange Bleue			21	Saint-André-lez-Lille
		22	Opal'Form			22	Saint Maximin
		23	Optimum Gym			23	Saint Quentin
		24	R Gym			24	Soissons
		25	Tahiti Gym			25	Tourcoing
		26	Vitaform			26	Valenciennes
27	Zen Attitude	27	Villeneuve d'Ascq				
2	Slogan principal	<i>Ouverte texte</i>		12	Situation géographique	<i>Fermé unique</i>	
3	Mention de notoriété	<i>Ouverte texte</i>				0	Non renseigné
4	Existence sous franchise	<i>Fermé unique</i>				1	Centre-ville, intramuros
		0	NSP	2	Périphérie ville		
		1	Oui	3	Zone rurale		
		2	Non	4	Zone commerciale		
		3	Plus maintenant	5	Zone industrielle		
				6	Autres		
5	Dépendance	<i>Fermé unique</i>		13	Autres situations	<i>Ouverte texte</i>	
		0	NSP	14	Année d'ouverture	<i>Ouverte numérique</i>	
		1	Oui				
2	Non						
6	Nombre club région HdF	<i>Ouverte numérique</i>		15	En activité	<i>Fermé unique</i>	
7	Nombre club France	<i>Ouverte numérique</i>				1	Oui
				2	Non		
				3	Sous un autre nom		
8	Positionnement affiché	<i>Ouverte texte</i>		16	Ouverture, jours	<i>Fermé unique</i>	
9	Positionnement mixité	<i>Fermé unique</i>				0	Non renseigné
		1	Mixte			1	7/7
		2	Réservé aux femmes			2	6/7
10	Public cible affiché	<i>Ouverte texte</i>				3	5/7
				4	4/7		
				5	Moins de 4/7		

17	Ouverture, horaires	<i>Fermé unique</i> 0 1 2 3 4 5 6	Non renseigné Non-stop Larges plages Journées découpées Réduits Dépend des jours (1-3) Dépend des jours (1-4)			13 14 15 16 17 18	Annuel chômeur Annuel senior 27 mois 27 mois étudiant Famille Heures creuses
				25	Prix séance	<i>Ouverte numérique</i>	
18	Couleurs logo	<i>Ouverte texte</i>		26	Prix séance étudiant	<i>Ouverte numérique</i>	
19	Couleurs devanture	<i>Ouverte texte</i>		27	Prix séance chômeur	<i>Ouverte numérique</i>	
20	Superficie	<i>Fermé unique</i> 0 1 2 3 4	Non renseigné Moins de 250m ² Entre 250 et 500m ² Entre 500 et 1 000m ² Supérieur à 1 000m ²	28	Prix séance senior	<i>Ouverte numérique</i>	
				29	Prix mensuel	<i>Ouverte numérique</i>	
				30	Prix mensuel étudiant	<i>Ouverte numérique</i>	
				31	Prix mensuel chômeur	<i>Ouverte numérique</i>	
21	Espaces et services	<i>Fermé multiple</i> 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14	Non renseigné Accueil Vestiaires Douche Sauna/hammam UV Restauration Bar Ventes de produits Espaces act. MF Piscine Pôle esthétique Détente Démixé dans mixte Suivi alimentaire	32	Prix mensuel senior	<i>Ouverte numérique</i>	
				33	Prix trimestre	<i>Ouverte numérique</i>	
				34	Prix semestre	<i>Ouverte numérique</i>	
				35	Prix annuel	<i>Ouverte numérique</i>	
				36	Prix annuel étudiant	<i>Ouverte numérique</i>	
				37	Prix annuel chômeur	<i>Ouverte numérique</i>	
				38	Prix annuel senior	<i>Ouverte numérique</i>	
				39	Prix 27 mois	<i>Ouverte numérique</i>	
				40	Prix 27 mois étudiant	<i>Ouverte numérique</i>	
				22	Frais d'inscription	<i>Fermé unique</i> 0 1 2	Non renseigné Oui Non
42	Prix heures creuses	<i>Ouverte numérique</i>					
23	Montant	<i>Ouverte numérique</i>		43	Nombre appareil	<i>Ouverte numérique</i>	
24	Abonnements proposés	<i>Fermé multiple</i> 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	Non renseigné A la séance A la séance étudiant A la séance chômeur A la séance senior Mensuel Mensuel étudiant Mensuel chômeur Mensuel senior Trimestre Semestre Annuel Annuel étudiant	44	Chrono perf	<i>Fermé unique</i> 0 1 2	Non renseigné Oui non
				45	Technologie présente	<i>Fermé unique</i> 0 1 2	Non renseigné Oui Non
				46	Présence musculation	<i>Fermé unique</i> 0 1 2	Non renseigné Oui Non

47	Nombre appareil musculation	<i>Ouverte numérique</i>		62	Pratique autonome	<i>Fermé unique</i> 0 1 2	Non renseigné Oui Non
48	Présence <i>circuit-training</i>	<i>Fermé unique</i> 0 1 2	Non renseigné Oui Non	63	Encadrement	<i>Fermé multiple</i> 0 1 2 3 4 5 6 7	Non renseigné Jamais Continuellement Sur demande Sur créneaux indiqués Uniquement cours co En sus abonnement Autres
49	Présence appareil cardio	<i>Fermé unique</i> 0 1 2	Non renseigné Oui Non				
50	Nombre appareil cardio	<i>Ouverte numérique</i>		64	Autres	<i>Ouverte texte</i>	
51	Présence cours collectifs	<i>Fermé unique</i> 0 1 2	Non renseigné Oui Non	65	Nombre encadrant.e.s	<i>Ouverte numérique</i>	
52	Précision cours	<i>Ouverte texte</i>		66	Mixité encadrement Selon le sexe	<i>Fermé unique</i> 0 1 2 3	Non renseigné Des deux sexes Uniquement des femmes Uniquement des hommes
53	Nombre heures/semaine	<i>Ouverte numérique</i>					
54	Présence cours chorégraphiés	<i>Fermé unique</i> 0 1 2	Non renseigné Oui Non	67	Nom donné encadrant.e.s	<i>Ouverte texte</i>	
55	Précision cours chorégraphiés	<i>Ouverte texte</i>		68	Sexe gérant.e	<i>Fermé unique</i> 1 2 3 4 5	Une femme Un homme Co-gérance mixte Co-gérance femmes Co-gérance hommes
56	Nombre heures/semaine	<i>Ouverte numérique</i>					
57	Licence cours collectifs	<i>Fermé multiple</i> 0 1 2 3 4 5	Non renseigné Aucune Zumba Lesmills Club lui-même Autres	69	Age gérant.e. 1	<i>Ouverte numérique</i>	
				70	Age gérant.e. 2	<i>Ouverte numérique</i>	
58	Autres	<i>Ouverte texte</i>		71	Fréquence communication réseaux sociaux	<i>Fermé unique</i> 1 2 3 4	Plusieurs fois / jour Plusieurs fois / semaine Moins d'une fois / semaine Irrégulière
59	Cours vidéos	<i>Fermé unique</i> 0 1 2	Non renseigné Oui Non	72	Publications conseils diététiques	<i>Fermé unique</i> 1 2 3 4 5	Aucun Plusieurs fois / semaine Une fois / semaine Une fois / mois Irrégulière
60	Fréquence cours vidéos	<i>Fermé unique</i> 0 1 2 3 4	Non renseigné En continu Certains créneaux A la demande Autres				
61	Autres	<i>Ouverte texte</i>		73	Publications recettes cuisine	<i>Fermé unique</i> 1 2 3 4 5	Aucun Plusieurs fois / semaine Une fois / semaine Une fois / mois Irrégulière

74	Publications dictons du jour	<i>Fermé unique</i>		77	Publications conseils sportifs	<i>Fermé unique</i>	
		1	Aucun			1	Aucun
		2	Plusieurs fois / semaine			2	Plusieurs fois / semaine
		3	Une fois / semaine			3	Une fois / semaine
		4	Une fois / mois			4	Une fois / mois
5	Irrégulière	5	Irrégulière				
75	Publications actualités salle	<i>Fermé unique</i>		78	Publications messages anniversaire, fête, convivialité	<i>Fermé unique</i>	
		1	Aucun			1	Aucun
		2	Plusieurs fois / semaine			2	Plusieurs fois / semaine
		3	Une fois / semaine			3	Une fois / semaine
		4	Une fois / mois			4	Une fois / mois
5	Irrégulière	5	Irrégulière				
76	Publications résultats client.e.s	<i>Fermé unique</i>					
		1	Aucun				
		2	Plusieurs fois / semaine				
		3	Une fois / semaine				
		4	Une fois / mois				
5	Irrégulière						

**Annexe 2 : Livre de codage en vue d'analyser la mise en image des professionnel.l.e.s de
la forme ainsi que les client.e.s**

N° var.	Intitulé de la variable	N° Modalité réponse	Modalité de réponse	N° var.	Intitulé de la variable	N° Modalité réponse	Modalité de réponse				
1	Nom de l'organisation	<i>Fermé unique</i>		6	Année publication	<i>Ouverte numérique</i>					
		1 Amazonia		7	Contexte publication	<i>Fermé unique</i>	Evmt dans la salle				
		2 Bodyfit Club				1	Evmt en-dehors de la salle				
		3 Body Harmony				2	Quotidien de la salle				
		4 Capform				3	Publicité				
		5 Centre aquatique				4	Autres				
		6 Club de gym				5					
		7 Curves									
		8 European fitness				8	Autres	<i>Ouverte texte</i>			
		9 Femmes en forme				9	Mise en image clientes	<i>Fermé unique</i>	Oui		
		10 Fitness Pass						1	Non		
		11 Fitness Park		2							
		12 Fitness Sun		10	Représentation clientes	<i>Fermé unique</i>	Absence de photos				
		13 Fit&Zen				0	Absence de dessins				
		14 Form'elles				1	Photos de femmes uniquement				
		15 Form'en sale				2	Photos des deux sexes				
		16 Gymstreet				3	Dessins, caricatures femmes				
		17 Keepcool				4	Dessins, caricatures deux sexes				
		18 Lady Fitness				5					
		19 Ladyform fitness									
		20 Lady Moving				11	Age clientes	<i>Fermé multiple</i>	Non visible		
		21 L'Orange Bleue						0	Jeunes adultes		
		22 Opal'Form		1	Adultes						
		23 Optimum Gym		2	Seniors						
		24 R Gym		3							
		25 Tahiti Gym									
		26 Vitaform									
27 Zen Attitude											
2	Ville d'implantation	<i>Fermé unique</i>		12	Origine ethnique clientes	<i>Fermé unique</i>	Non visible				
		1 Armentières				0	Blancs uniquement				
		2 Arras				1	Ethnicisés uniquement				
		3 Avelin		13	Minceur clientes (IMC)	2	Les deux				
		4 Béthune				<i>Ouverte numérique</i>					
		5 Boulogne-sur-Mer				14	Normalité clientes (IMC)	<i>Ouverte numérique</i>			
		6 Calais						15	Surpoids clientes (IMC)	<i>Ouverte numérique</i>	
		7 Cambrai				16	Obésité clientes (IMC)			<i>Ouverte numérique</i>	
		8 Chamblay						17	Musculature dessinée clientes	<i>Ouverte numérique</i>	
		9 Douai				18	Musculature non apparente clientes			<i>Ouverte numérique</i>	
		10 Douvrin						19	Cheveux noirs clientes	<i>Ouverte numérique</i>	
		11 Faches Thumesnil								20	Cheveux roux clientes
		12 Hallennes-lez-Haubourdin						21	Cheveux blonds clientes		
		13 Hazebrouck		22	Cheveux blancs, gris clientes					<i>Ouverte numérique</i>	
		14 Lambersart						23	Cheveux frisés clientes	<i>Ouverte numérique</i>	
		15 Lens		24	Cheveux raides clientes					<i>Ouverte numérique</i>	
		16 Lille						25	Cheveux longs attachés clientes	<i>Ouverte numérique</i>	
		17 Lomme		26	Cheveux longs détachés clientes					<i>Ouverte numérique</i>	
		18 Mouvaux						27	Cheveux courts clientes	<i>Ouverte numérique</i>	
		19 Noeux-les-Mines									
		20 Roncq									
		21 Saint-André-lez-Lille									
		22 Saint Maximin									
		23 Saint Quentin									
		24 Soissons									
		25 Tourcoing									
		26 Valenciennes									
27 Villeneuve d'Ascq											
3	Positionnement mixité	<i>Fermé unique</i>		23	Cheveux frisés clientes	<i>Ouverte numérique</i>					
		1 Mixte				24	Cheveux raides clientes	<i>Ouverte numérique</i>			
		2 Réserve aux femmes									
4	Site publication	<i>Fermé unique</i>		25	Cheveux longs attachés clientes	<i>Ouverte numérique</i>					
		1 Site Internet de l'organisation				26	Cheveux longs détachés clientes	<i>Ouverte numérique</i>			
		2 Réseau social de l'organisation									
3 Autres											
5	Autres	<i>Ouverte texte</i>		27	Cheveux courts clientes	<i>Ouverte numérique</i>					

28	Port de maquillage clientes	Ouverte numérique		50	Encadrant.e.s mis en image	Fermé unique 0 1 2	Non visible Oui Non
29	Port de bijoux clientes	Ouverte numérique					
30	Tenue colorée clientes	Ouverte numérique		51	Représentation encadrant.e.s	Fermé unique 1 2	Individuellement Dans un collectif
31	Tenue sombre clientes	Ouverte numérique					
32	Tenue près du corps clientes	Ouverte numérique		52	Relation pédagogique encadrant.e.s	Fermé unique 1 2 3 4	
33	Tenue ample clientes	Ouverte numérique					
34	Tenue avec marque clientes	Ouverte numérique		53	Contexte encadrant.e.s	Ouverte texte	
35	Marque organisation clientes	Fermé unique 0 1 2	Non visible Oui Non			54	Apparence physique encadrant.e.s
36	Accessoires non sportifs clientes	Ouverte numérique					
37	Visage souriant, lèvres fermées clientes	Ouverte numérique		55	Représentation des encadrant.e.s.	Fermé unique 1 2 3 4 5 6 7 8	Absence de photos Absence de dessins Photos de femmes uniquement Photos d'hommes uniquement Photos des deux sexes Dessins, caricatures de femmes Dessins, caricatures d'hommes Dessins, caricatures des deux
38	Visage souriant, avec dents clientes	Ouverte numérique					
39	Visage sans expression clientes	Ouverte numérique					
40	Visage fermé clientes	Ouverte numérique					
41	Visage montrant souffrance effort clientes	Ouverte numérique		56	Age encadrant.e.s.	Fermé unique 0 1 2 3	Non visible Jeunes adultes Adultes Seniors
42	Clientes sur appareil sportif	Fermé unique 0 1 2	Non visible Oui Non			57	Origine ethnique encadrant.e.s
43	Clientes en situation d'effort	Fermé unique 0 1 2	Non visible Oui Non	58	Minceur (IMC) encadrant.e.s		
44	Clientes effort renfo musculaire	Ouverte numérique		59	Normalité (IMC) encadrant.e.s	Ouverte numérique	
45	Clientes effort dansé	Ouverte numérique		60	Surpoids (IMC) encadrant.e.s	Ouverte numérique	
46	Clientes effort cardio	Ouverte numérique		61	Obésité (IMC) encadrant.e.s	Ouverte numérique	
47	Clientes effort relaxation	Ouverte numérique		62	Musculature dessinée encadrant.e.s	Ouverte numérique	
48	Situation document	Fermé unique 0 1 2	Non visible Dans la salle En-dehors de la salle	63	Musculature non apparente encadrant.e.s	Ouverte numérique	
				64	Cheveux noirs encadrant.e.s	Ouverte numérique	
49	Environnement document	Fermé unique 0 1 2	Non visible Environnement sportif Environnement non sportif	65	Cheveux roux encadrant.e.s	Ouverte numérique	
				66	Cheveux blonds encadrant.e.s	Ouverte numérique	
				67	Cheveux blancs, gris encadrant.e.s	Ouverte numérique	

68	Cheveux frisés encadrant.e.s	Ouverte numérique		91	Situation document	Fermé unique 0 1 2	Non visible Dans la salle En-dehors de la salle
69	Cheveux raides encadrant.e.s	Ouverte numérique					
70	Cheveux longs attachés encadrant.e.s	Ouverte numérique		92	Environnement document	Fermé unique 0 1 2	Non visible Environnement sportif Environnement non sportif
71	Cheveux longs détachés encadrant.e.s	Ouverte numérique					
72	Cheveux courts encadrant.e.s	Ouverte numérique		93	Notion de convivialité	Fermé unique 1 2	Oui Non
73	Port de maquillage encadrant.e.s	Ouverte numérique					
74	Port de bijoux encadrant.e.s	Ouverte numérique		94	Moyen mis en oeuvre	Ouverte texte	
75	Tenue colorée encadrant.e.s	Ouverte numérique		95	Rencontres mises en avant	Fermé unique 1 2	Oui Non
76	Tenue sombre encadrant.e.s	Ouverte numérique					
77	Tenue près du corps encadrant.e.s	Ouverte numérique		96	Miroir visible dans la salle	Fermé unique 1 2	Oui Non
78	Tenue ample encadrant.e.s	Ouverte numérique		97	Ouvertures	Fermé unique 1 2 3	Non déterminé Recouvertes d'occultants Libres, vis-à-vis
79	Marque tenue encadrant.e.s	Ouverte numérique					
80	Marque salle encadrant.e.s	Ouverte numérique		98	Couleurs dominantes	Ouverte texte	
81	Accessoires non sportifs encadrant.e.s	Ouverte numérique					
82	Visage souriant, lèvres fermées encadrant.e.s	Ouverte numérique		99	Présence d'affichage dans la salle	Fermé unique 1 2 3	Non déterminé Oui Non
83	Visage souriant, avec dents encadrant.e.s	Ouverte numérique					
84	Visage sans expression encadrant.e.s	Ouverte numérique		100	Présence de publicités pour produits vendus	Ouverte numérique	
85	Visage fermé encadrant.e.s	Ouverte numérique		101	Présence de publicités pour services proposés	Ouverte numérique	
86	Visage montrant souffrance effort encadrant.e.s	Ouverte numérique					
87	Encadrant.e.s sur appareil sportif	Fermé unique 0 1 2	Non visible Oui Non	102	Présence de modèles corporels féminins de beauté	Ouverte numérique	
88	Encadrant.e.s en situation de travail	Fermé unique 0 1 2	Non visible Oui Non				
89	Espace occupé encadrant.e.s	Fermé unique 0 1 2 3 4	Non visible Animation circuit Animation cours collectif Conseil Autres	103	Renseignements sur la pratique	Ouverte numérique	
				104	Renseignements techniques	Ouverte numérique	

90	Autres	<i>Ouverte texte</i>		
----	--------	--------------------------	--	--

Annexe 4 : Grille d'entretien destinée aux gérant.e.s des centres de remise en forme unisexes

<u>Thèmes</u>	<u>Indicateurs</u>
<u>Entreprise</u>	
Sa création	- Année, implantation géographique, étude de la clientèle et de la concurrence au préalable, idée initiale pour monter cette création, positionnement par rapport aux autres centres de remise en forme environnants mixtes, statuts de l'entreprise, statut du « gérant »
Personnel	- Nombre, recrutement, missions, profils de poste, gestion de suivi, évaluations, recommandations de votre part au regard du public féminin.
Clientèle	- Nombre, canaux utilisés pour son recrutement, recrutement social, caractéristiques physiques, motivations, étude de la satisfaction réalisée, conquête de nouvelle clientèle, efforts de fidélisation
Logistique	- Bâtiments, superficie, description des activités proposées et planning, décoration, politique de tarification, ouverture (horaires, jours)
<u>Le(a) gérant(e)</u>	
Parcours professionnel	- Profession, expériences professionnelles, durée, difficultés, plaisirs, évolutions, relation au sport, relation au bien-être et à la forme, gestion d'autres salles.
Parcours scolaire	- Etudes, niveau, diplômes, difficultés, appréciations, lien avec la création / direction d'entreprise, lien avec sport et santé.
Création de l'entreprise	- Impulsion, premières étapes, réseaux, franchise, difficultés, volontés, choix sur le concept, le lieu, mode de fonctionnement.
Situation personnelle	- Age, situation familiale, appartenance sociale
→ Pour les hommes	- Pourquoi avoir choisi ce type de structure à gérer ? Situation d'homme dans une entreprise pour femmes : difficultés, positionnement, choix stratégiques pour s'intégrer, pour faire du chiffre ? Pour le relationnel ?
→ Pour les femmes	- Pourquoi avoir choisi ce type de structure à gérer ? Situation de femmes dans une entreprise pour femmes : difficultés, facilités, positionnement, choix différents par rapport à une clientèle mixte, comment faire du chiffre ? Comment est-elle vue par les hommes dans son secteur d'activité ?

Annexe 5 : Grille d'entretien dédiée aux encadrant.e.s, exerçant leur activité professionnelle au sein des centres de remise en forme réservés aux femmes

<u>Thèmes</u>	<u>Indicateurs</u>
<u>L'encadrant(e)</u>	
Parcours professionnel	- Profession, expériences professionnelles, durée, difficultés, plaisirs, évolution, relation au sport, relation au bien-être et à la forme.
Parcours scolaire	- Etudes, niveau, diplômes, difficultés, appréciations, lien avec sport et santé
Situation personnelle	- Age, situation familiale, appartenance sociale
Motivations pour encadrer la pratique	- Motivations pour <i>coacher</i> dans ce type d'entreprise 100% féminin (impulsion, premières étapes, franchise ou non ?, difficultés, volontés, connaissance du public féminin, contrats CDI ? CDD ? nombre d'heures hebdomadaires)
Le métier au quotidien	- Missions théoriques, tâches, relations aux clientes ?, animation des séances, routine des circuits, résultats observés ? recul sur le concept ? par rapport à la concurrence ?
→ Pour les hommes	- Pourquoi avoir choisi ce type de structure pour <i>coacher</i> ? Situation d'homme dans une entreprise pour femmes : difficultés, facilités, positionnement, choix stratégiques pour s'intégrer ? Pour le relationnel ? Pour se faire oublier ? Pour cacher son état d'homme ?
→ Pour les femmes	- Pourquoi avoir choisi ce type de structure pour <i>coacher</i> ? Situation de femme dans une entreprise pour femmes : difficultés, facilités, positionnement, choix différents par rapport à une clientèle mixte ?

Annexe 6 : Relevé ethnographique des entretiens menés avec les professionnel.le.s de la forme de la région des Hauts-de-France

Interviewé(e)	Date, heure, lieu, durée	Apparence physique
H 1 : Pascal, 50 ans, gérant	Jeudi 23 septembre 2010, à 13h, à l'espace commercial, 1 heure 10	Tenue de ville : Jean, pull gris, chaussures noires cheveux courts gris, minceur
F 2 : Camille, 33 ans, gérante et encadrante	Jeudi 27 septembre 2012, à 15h30, à l'espace dédié au personnel, 55 minutes	Tenue de sport : Pantalon ample noire, tee-shirt ample jaune fluo de la marque Zumba, baskets cheveux mi-longs attachés bruns, minceur, musculature apparente
H 3 : Romain, 22 ans, encadrant	Mercredi 15 février 2012, à 17h30, à l'espace commercial, 1 heure	Tenue de sport : Pantalon noir, polaire ample noire, baskets, cheveux courts bruns, normalité, musculature apparente
F 4 : Anastasia, 28 ans, encadrante	Jeudi 6 mars 2014, à 14h, à l'espace commercial, 30 minutes	Tenue de sport : Pantalon noir, débardeur blanc avec des paillettes, baskets, cheveux mi-longs attachés bruns, normalité, maquillée
H 5 : David, 26 ans, encadrant	Mardi 11 mars 2014, à 10h30, à l'espace commercial, 25 minutes	Tenue de sport : Short noir, tee-shirt ample rouge, baskets, cheveux courts bruns, normalité, musculature apparente
F 6 : Annabelle, 25 ans, encadrante	Vendredi 14 mars 2014, à 20h, sur le circuit, 30 minutes	Tenue de sport : Pantalon noir, tee-shirt ample rose, baskets, cheveux longs attachés bruns, minceur
F 7 : Séverine, 48 ans, encadrante	Vendredi 21 mars 2014, à 10h30, à l'espace commercial, 15 minutes	Tenue de sport : Survêtement ample violet de l'établissement, baskets, cheveux longs attachés bruns, surpoids
F 8 : Oriane, 22 ans, encadrante et commerciale	Lundi 10 mars 2014, à 11h15, à l'espace commercial, 25 minutes	Tenue de sport : Pantalon près du corps noir, débardeur près du corps vert fluo, baskets, cheveux longs attachés bruns, normalité, maquillée
F 9 : Justine, 33 ans, encadrante	Lundi 10 mars 2014, à 10h30, sur le circuit, 20 minutes	Tenue de sport : Pantalon noir, tee-shirt près du corps rose, baskets, cheveux courts bruns, normalité
F 10 : Audrey, 33 ans, encadrante	Mercredi 12 mars 2014, à 19h, à l'espace commercial, 35 minutes	Tenue de sport : Pantalon gris, tee-shirt ample blanc, baskets, cheveux longs attachés bruns, minceur
H 11 : Robin, 24 ans, encadrant	Jeudi 27 février 2014, à 15h, à l'espace commercial, 50 minutes	Tenue de sport : Pantalon de survêtement gris, veste ample noire, baskets, cheveux courts bruns, minceur, musculature apparente
H 12 : Luc, 51 ans, gérant	Jeudi 20 février 2014, à 17h, à l'espace commercial, 2 heures	Tenue de ville : Pantalon marron, pull beige et chemise en dessous, chaussures marrons, cheveux courts gris, normalité
F 13 : Caroline, 33 ans, gérante	Jeudi 13 mars 2014, à 9h30, à l'espace commercial, 1 heure	Tenue de ville : Jean, pull ample bleu, bottines cheveux mi-longs détachés bruns, surpoids, maquillée
F 14 : Cécile, 30 ans, gérante et encadrante	Lundi 10 mars 2014, à 15h, à l'espace commercial, 2 heures	Tenue de sport : Pantalon noir de marque, polaire noire, baskets fluo, cheveux longs attachés bruns, normalité, musculature apparente, maquillée
F 15 ; 16 : Sophie et Cathy, 35 et 33 ans, gérantes et encadrantes	Mercredi 16 juillet 2014, à 16h, à l'espace commercial, 30 minutes	Tenues de ville : Robe motif fleurs bordeaux, tongs, cheveux longs détachés bruns, normalité ; Pantacourt blanc, débardeur près du corps vert, crocs, cheveux mi-longs détachés bruns, normalité
H 17 : José, 44 ans, gérant et encadrant	Mercredi 6 août 2014, à 13h, à l'espace détente, 2 heures	Tenue de sport : Pantalon noir, tee-shirt bleu, baskets, crâne rasé, normalité, musculature apparente

H 18 : Rémi, 32 ans, gérant	Mardi 7 octobre 2014, à 9h, dans un café, 1 heure 15	Tenue de ville : Jean, pull bleu avec chemise en-dessous, chaussures noires, manteau noir, cheveux courts blonds, normalité
F 19 ; 20 : Mégane et Mélanie, 32 et 28 ans, gérantes et encadrantes	Lundi 16 février 2015, à 14h30, à l'espace commercial, 1 heure 10	Tenue de sport : "Pantalon de marque noir, veste violette de l'établissement, Cheveux courts blonds, normalité, maquillée ; "Pantalon noir, polaire bleue, tee-shirt ample rose de l'établissement, cheveux longs attachés blonds, normalité, maquillée
H 21 : Mathieu, 51 ans, gérant	Lundi 16 février 2015, à 17h45, à la gare, 45 minutes.	Tenue de ville : Jean, pull noir, chaussures noires, manteau gris cheveux courts gris, normalité
H 22 : Sylvain, 46 ans, gérant et encadrant	Mercredi 18 février 2015, à 11h, à l'espace détente, 1 heure	Tenue de ville : Pantalon noir, pull rouge avec une chemise en-dessous, chaussures marrons, cheveux courts bruns, normalité
H 23 : Hassen, 23 ans, gérant	Mardi 24 février 2015, à 11h40, à l'espace dédié au personnel, 45 minutes	Tenue de ville : Pantalon marron, pull beige, chaussures marrons, cheveux courts bruns, minceur
F 24 : Natacha, 38 ans, encadrante	Mardi 24 février 2015, à 12h40, sur le circuit, 45 minutes	Tenue de sport : Pantalon gris, polaire ample rouge, baskets fluos, cheveux longs attachés blonds, normalité, maquillée
H 25 : Christian, 45 ans, gérant	Lundi 2 mars 2015, à 18h30, à l'espace détente, 2 heures	Tenue de sport : Survêtement noir de l'établissement, baskets, cheveux courts bruns, obésité
F26 : Sandra, 48 ans, gérante	Mardi 30 juin 2015, à 14h, à la faculté, 56 minutes	Tenue de sport : Pantalon de survêtement gris, sweat, baskets, cheveux longs détachés blonds, normalité
H 27 : Renaud, 24 ans, encadrant	Lundi 25 janvier 2016, à 12h, à la faculté, 1h12	Tenue de ville : Pantalon noir, pull bleu, chaussures noires, cheveux courts blonds, minceur
F 28 : Sonia, 35 ans, gérante et encadrante	Jeudi 4 février 2016, à 15h, à l'accueil, 2h48	Tenue de sport : Survêtement violet, tee-shirt ample blanc de l'établissement, baskets cheveux mi-longs bruns, minceur, maquillée
F 29 : Marie, 25 ans, gérante et commerciale	Mardi 9 février 2016, à 15h30, à l'espace commercial, 55 minutes	Tenue de ville : Jean, veste rouge en cuir, écharpe, cheveux longs attachés bruns, normalité, musculature apparente, maquillée
F 30 : Dominique, 58 ans, gérante	Vendredi 4 mars 2016, à l'espace bilan de forme, 1h17	Tenue de ville : Jean, tee-shirt ample violet de l'établissement, gilet blanc, cheveux courts blanc, surpoids, maquillée
F 31 : Nadège, 40 ans, gérante	Lundi 14 mars 2016, à 10h, à l'espace commercial, 2h06	Tenue de sport : Pantalon près du corps gris, tee-shirt gris, baskets cheveux courts bruns, surpoids
F 32 : Jennifer, 30 ans, encadrante	Lundi 14 mars 2016, à 17h, à l'espace commercial, 57 minutes	Tenue de sport : Pantalon ample gris, tee-shirt ample blanc, baskets, cheveux longs détachés blonds, normalité
F 33 : Ambre, 24 ans, encadrante	Lundi 21 mars 2016 à 15h30, à l'espace commercial, 1h07	Tenue de sport : Pantalon gris, veste de survêtement ample rose, baskets, cheveux courts blonds, minceur
F 34 ; 35 : Pauline et Brigitte, 43 et 32 ans, gérantes et encadrantes	Vendredi 25 mars 2016, à 10h, dans le bureau des gérantes, 1h28	Tenue de sport : Survêtement gris, tee-shirt noir, baskets, cheveux courts bruns, minceur ; Pantalon noir, veste de survêtement ample rose, baskets cheveux longs attachés bruns, normalité, maquillée
H 36 : Anthony, 26 ans, encadrant	Samedi 2 avril 2016, à 12h30, à l'espace commercial, 1h44	Tenue de sport : Short gris, tee-shirt noir, baskets, cheveux courts blonds, normalité, musculature apparente

F 37 ; 38 : Émeline et Jessy, 34 et 32 ans, gérantes et encadrantes	Lundi 18 avril 2016, à 14h, à l'espace commercial, 1h30	Tenue de sport : Pantalon gris, veste rose, tee-shirt blanc, baskets cheveux longs attachés blonds, minceur ; Survêtement ample noir, tee-shirt blanc, baskets, cheveux courts bruns, normalité
H 39 : Thibaut, 46 ans, gérant	Lundi 25 avril 2016, à 11h30, à l'espace commercial, 1h18	Tenue de sport : Pantalon noir, sweat gris, baskets, cheveux courts blonds, minceur
F 40 : Béatrice, 28 ans, encadrante et commerciale	Mardi 26 avril 2016, à 11h, à l'espace commercial, 1h43	Tenue de ville : Jean, tee-shirt manches longues, baskets, cheveux longs détachés bruns, surpoids
H 41 : Dimitri, 40 ans, encadrant	Mardi 5 septembre 2017, à 11h, à l'accueil, 30 minutes	Tenue de sport : Short noir, tee-shirt noir, cheveux courts gris, normalité, musculature apparente
F 42 : Anna, 30 ans, gérante et encadrante	Mardi 5 septembre 2017, à 13h30, dans un restaurant, 1h32	Tenue de ville : Jean, pull gris, manteau noir, bottines, cheveux longs bouclés détachés blonds, minceur, musculature apparente
F 43 : Witney, 20 ans, encadrante	Mercredi 6 décembre 2017, à 12h, à la faculté, 39 minutes	Tenue de ville : Jean, pull rouge, gilet ample kaki, manteau bleu, bottines, cheveux longs détachés blonds, minceur

Annexe 7 : Grille d'entretien destinée aux clientes des centres de remise en forme réservés aux femmes

<u>Thèmes</u>	<u>Indicateurs</u>
<p><u>La structure</u></p> <p>L'établissement</p> <p>Le concept</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Connaissance de la structure, choix de celle-ci (proximité travail, domicile, aspect non-mixte, connaissances), caractère non-mixte, pratique dans d'autres salles ou associations (avant/encore aujourd'hui/ envisagé pour la suite), comparaison avec les expériences précédentes, espace dissimulé (critère, indifférente, intérêt), caractéristiques spatiales (couleurs, vestiaires, ambiance), espace de pratique, absence/présence de miroirs, utilisation de l'espace convivial, tarification - <i>Circuit-training</i> (machines, absence de poids), utilisation (adaptée, facile, demande des efforts, redondance), 30 minutes (suffisant, intensité de l'effort, efficacité), autres activités proposées (cours ciblés, cours collectifs, espace cardio, etc.), services supplémentaires (utilisation de smart, intérêt/changement, participation complète), comparaison avec les expériences passées
<p><u>Le relationnel</u></p> <p>Relation avec la-e gérant-e</p> <p>Relation avec les encadrant-e-s</p> <p>Relation aux autres pratiquantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La-e gérant-e- (hommes, femmes, indifférente), relationnel différent en fonction du sexe, qualités/compétences attendues (physiques, humaines, sportives), conseils/préconisations (engagement, sportifs, alimentaires, tenue de pratique), « jugements » portés sur apparence physique (prise ou perte de poids), convivialité, - Les encadrant-e-s (hommes, femmes, indifférente), relationnel/encadrement différent en fonction du sexe, qualités/compétences attendues (physiques, humaines, sportives), conseils/préconisations (engagement, sportifs, alimentaires, tenue de pratique), corrections des postures, encouragements (pousse à l'effort), discussion lors de la pratique et en dehors, « jugements » portés sur apparence physique (prise ou perte de poids), convivialité, renouvellement des encadrant-e-s - Discussions avec d'autres pratiquantes (sujets, régularité), rencontres faites dans la structure, rendez-vous avec d'autres pratiquantes dans la structure et/ou en-dehors, regards des autres femmes, remarques/jugements (apparence physique, tenue, difficulté rencontrée), encouragement/soutien émanant, convivialité/« rivalité », comparaison avec les expériences passées
<p><u>Votre profil</u></p> <p>La présentation de soi</p> <p>Autres pratiques physiques</p> <p>Approche sociale</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tenue en arrivant dans la structure, tenue adoptée pour pratiquer, maquillage, port de bijoux, comparaison avec les expériences passées, taille et poids à l'arrivée, taille et poids aujourd'hui, objectifs fixés - Autres activités pratiquées, lesquelles, pourquoi, goût pour le sport (nouveau, ancien, par « nécessité »), pratique compétitive/de loisir, vécu sportif (type d'activités pratiquées, visée compétitive/loisir), raison cessation de ces activités, spa, esthétique, associatif, etc. - Age, situation matrimoniale, enfant-s, appartenance sociale

Annexe 8 : Relevé ethnographique des entretiens menés avec les pratiquantes des salles unisexes de la région des Hauts-de-France

Interviewée	Date, heure, lieu, durée	Apparence physique	IMC
P 1 : Emma, 21 ans, étudiante	Mardi 18 avril 2017, à 12h, dans un café, 49 minutes	<u>Tenue de ville</u> : Jean, trench gris avec écharpe bleue, chaussures Converse Cheveux courts blonds, maquillée légèrement	Normalité : 22,48 kg/m ²
P 2 : Julie, 23 ans, assistante maternelle dans une crèche	Mardi 25 avril 2017, à 14h, dans un café, 51 minutes	<u>Tenue de ville</u> : Jean, trench beige, chaussures Converse Cheveux courts blonds	Surpoids : 21,48 kg/m ²
P 3 : Maéva, 25 ans, pharmacienne	Mercredi 31 mai 2017, à 10h30, devant l'établissement, 37 minutes	<u>Tenue de pratique</u> : Pantalon noir, tee-shirt ample noir, baskets Cheveux mi-longs attachés blonds	Normalité : 23,88 kg/m ²
P 4 : Lucia, 52 ans, architecte libérale	Mercredi 31 mai 2017, à 15h15, par téléphone, 38 minutes	NSP	Obésité : 31,14 kg/m ²
P 5 : Carole, 37 ans, aide-soignante	Vendredi 2 juin 2017, à 13h30, à son domicile, 49 minutes	<u>Tenue de pratique</u> : Robe bleue près du corps, sandales Cheveux mi-longs blonds attachés	Surpoids : 28,28 kg/m ²
P 6 : Noémie, 37 ans, employée administratif dans un lycée	Mardi 18 juillet 2017, à 10h30, devant l'établissement, 15 minutes	<u>Tenue de pratique</u> : Pantalon noir, débardeur noir ample de marque, baskets Cheveux longs attachés blonds	Normalité : 21,26 kg/m ²
P 7 : Marylène, 53 ans, professeure des écoles	Mercredi 19 juillet 2017, à 10h05, dans l'établissement, 46 minutes	<u>Tenue de pratique</u> : Pantalon noir, tee-shirt ample gris, baskets Cheveux mi-longs détachés	Normalité : 24,09 kg/m ²
P 8 : Solène, 44 ans, assistante maternelle	Mercredi 26 juillet 2017, à 10h, à son domicile, 72 minutes	<u>Tenue de pratique</u> : Pantalon noir, débardeur ample blanc avec un autre en-dessous, baskets Cheveux longs détachés blonds, maquillée	Normalité : 23,8 kg/m ²
P 9 : Carla, 27 ans, mère au foyer	Lundi 18 septembre 2017, à 11h, à son domicile, 66 minutes	<u>Tenue de ville</u> : Jean, pull ample bleu, écharpe, baskets Cheveux longs attachés blonds, maquillée	Normalité : 23,14 kg/m ²
P 10 : Kathy, 45 ans, directrice de crèche	Lundi 18 septembre 2017, à 14h30, à son domicile, 88 minutes	<u>Tenue de ville</u> : Jean, pull près du corps bleu, bottines Cheveux courts bruns, maquillée	Normalité : 21,26 kg/m ²
P 11 : Stéphanie, 45 ans, psychologue	Vendredi 22 septembre 2017, à 14h30, à son domicile, 68 minutes	<u>Tenue de ville</u> : Jean, pull ample gris, chaussons Cheveux longs détachés bruns	Surpoids : 26,22 kg/m ²
P 12 : Paula, 63 ans, retraitée	Mardi 26 septembre 2017, à 10h, dans l'établissement, 19 minutes	<u>Tenue de pratique</u> : Pantalon noir, tee-shirt violet de l'établissement, baskets Cheveux courts roux	Surpoids : 26,93 kg/m ²
P 13 : Laure, 21 ans, étudiante	Mardi 26 septembre 2017, à 17h30, à son domicile, 45 minutes	<u>Tenue de ville</u> : Jean noir, tee-shirt ample blanc, gilet noir, baskets Cheveux longs détachés blonds, maquillée	Surpoids : 25,16 kg/m ²
P 14 : Lisa, 51 ans, commerciale	Vendredi 29 septembre 2017, à 12h15, dans l'établissement, 34 minutes	<u>Tenue de ville</u> : Tailleur pantalon noir, tee-shirt ample blanc, chaussures plates Cheveux longs détachés blonds	Normalité : 23,88 kg/m ²
P 15 : Annie, 52 ans, agent d'entretien	Mercredi 18 octobre 2017, à 18h, à son domicile, 58 minutes	<u>Tenue de pratique</u> : Pantalon noir, tee-shirt ample blanc, baskets Cheveux mi-longs détachés roux	Surpoids : 27,06 kg/m ²
P 16 : Sylvie, 47 ans, comptable	Samedi 21 octobre 2017, à 15h, par téléphone, 37 minutes	NSP	Surpoids : 28,72 kg/m ²

P 17 : Solange, 44 ans, assistante maternelle	Lundi 23 octobre 2017, à 10h, dans l'établissement, 58 minutes	Tenue de pratique : Pantalon noir, tee-shirt ample noir, baskets Cheveux courts bruns	Obésité : 30,81 kg/m ²
P 18 : Janice, 42 ans, sans emploi, en cours de création d'une entreprise	Lundi 23 octobre, à 18h, par téléphone, 34 minutes	NSP	Normalité : 24,46 kg/m ²
P 19 : Katia, 50 ans, Technicienne en service après-vente	Jeudi 26 octobre, 2017, à 18h, par téléphone, 74 minutes	NSP	Surpoids : 27,64 kg/m ²
P 20 : Sabrina, 37 ans, enseignante dans le secondaire	Vendredi 27 octobre 2017, à 10h, dans une boulangerie, 61 minutes	Tenue de ville : Jean, pull ample blanc, bottines Cheveux courts bruns	Normalité : 21,89 kg/m ²
P 21 : Hélène, 28 ans, infirmière	Lundi 30 octobre 2017, à 20h, par téléphone, 34 minutes	NSP	Normalité : 19,49 kg/m ²
P 22 : Patricia, 62 ans, retraîtée de l'enseignement	Samedi 11 novembre 2017, à 15h, à son domicile, 52 minutes	Tenue de ville : Jean, chemise à carreaux rouge et bleue et pull gris, chaussures plates Cheveux courts gris	Normalité : 24,24 kg/m ²
P 23 : Nadine, 52 ans, professeur des écoles	Dimanche 12 novembre 2017, à 17h, par téléphone, 37 minutes	NSP	Normalité : 23,83 kg/m ²
P 24 : Catherine, 50 ans, assistante de direction	Jeudi 23 novembre 2017, à 11h45, par téléphone, 43 minutes	NSP	Normalité : 18,52 kg/m ²
P 25 : Samia, 33 ans, femme au foyer	Vendredi 24 novembre 2017, à 17h, par téléphone, 43 minutes	NSP	Normalité : 22,58 kg/m ²
P 26 : Jacqueline, 71 ans, retraîtée du secteur privé (secrétaire)	Mercredi 29 novembre 2017, à 18h30, par téléphone, 32 minutes	NSP	Surpoids : 26,3 kg/m ²
P 27 : Mélanie, 20 ans, étudiante en alternance	Samedi 9 décembre 2017, à 9h45, par téléphone, 35 minutes	NSP	Obésité : 32,39 kg/m ²

Annexe 9 : Liste des établissements intégrés à l'analyse des supports communicationnels

Nom de l'établissement	Situation géographique	salle franchisée ou indépendante	Positionnement sur le marché de la forme	Nombre de photographies traitées
Amazonia	Armentières	Franchise	Salle mixte	67
Amazonia	Lambersart	Franchise	Salle mixte	7
Amazonia	Lille	Franchise	Salle mixte	9
Amazonia	Villeneuve d'Ascq	Franchise	Salle mixte	18
Bodyfit Club	Boulogne	Indépendante	Salle unisexe	56
Bodyfit Club	Calais	Indépendante	Salle unisexe	14
Body Harmony	Calais	Indépendante	Salle mixte	37
Capform	Hazebrouck	Indépendante	Salle mixte	0
Centre aquatique	Béthune	Indépendante	Salle mixte	20
Club de gym	Lille	Indépendante	Salle mixte	43
Curves	Armentières	Franchise	Salle unisexe	4
Curves	Arras	Franchise	Salle unisexe	31
Curves	Avelin	Franchise	Salle unisexe	839
Curves	Béthune	Franchise	Salle unisexe	358
Curves	Cambrai	Franchise	Salle unisexe	39
Curves	Douai	Franchise	Salle unisexe	113
Curves	Douvain	Franchise	Salle unisexe	17
Curves	Hallennes-lez-Haubourdin	Franchise	Salle unisexe	503
Curves	Hazebrouck	Franchise	Salle unisexe	43
Curves	Lens	Franchise	Salle unisexe	52
Curves	Lille	Franchise	Salle unisexe	138
Curves	Lomme	Franchise	Salle unisexe	144
Curves	Mouvaux	Franchise	Salle unisexe	75
Curves	Roncq	Franchise	Salle unisexe	142
Curves	Valenciennes	Franchise	Salle unisexe	150
Curves	Villeneuve d'Ascq	Franchise	Salle unisexe	0
European fitness	Noeux-les-Mines	Franchise	Salle mixte	12
Fitness Pass	Lambersart	Indépendante	Salle unisexe	0
Fitness Park	Arras	Franchise	Salle mixte	13
Fitness Park	Saint Maximin	Franchise	Salle mixte	10
Fitness Sun	Anzin	Indépendante	Salle unisexe	0
Fit&Zen	Saint Maximin	Indépendante	Salle unisexe	1
Form'elles	Lille	Indépendante	Salle unisexe	10
Form'en salle	Tourcoing	Indépendante	Salle mixte	12
Gymstreet	Lille	Franchise	Salle mixte	7
Gymstreet	Roncq	Franchise	Salle mixte	7
Lady Fitness	Lille	Franchise	Salle unisexe	10
Lady form fitness	Chambly	Indépendante	Salle unisexe	17
Lady Moving	Rouvroy	Franchise	Salle unisexe	0
Lady Moving	Soissons	Franchise	Salle unisexe	0
L'Orange Bleue	Douai	Franchise	Salle mixte	3
L'Orange Bleue	Lens	Franchise	Salle mixte	41
L'Orange Bleue	Lomme	Franchise	Salle mixte	65
L'Orange Bleue	Saint André-lez-Lille	Franchise	Salle mixte	9
L'Orange Bleue	Saint Quentin	Franchise	Salle mixte	8
L'Orange Bleue	Soissons	Franchise	Salle mixte	0
L'Orange Bleue	Valenciennes	Franchise	Salle mixte	6
Opal'form	Boulogne	Indépendante	Salle mixte	0
Optimum gym	Cambrai	Franchise	Salle mixte	20
Optimum gym	Valenciennes	Franchise	Salle mixte	5
R Gym Boxing	Chambly	Indépendante	Salle mixte	10
Tahiti gym	Lille	Franchise	Salle unisexe	0
Vita form	Lille	Indépendante	Salle mixte	19
Zen attitude	Faches Thumesnil	Indépendante	Salle mixte	35
54 salles				3 235

Annexe 10 : Document interne à la franchise *Curves* relatif à la présentation tarifaire

Curves

Présentation du Prix d'Abonnement (pour la France)

Voici la méthode commerciale préconisée par CURVES pour présenter le prix de l'abonnement à une personne désirant s'inscrire

AVERTISSEMENT : LES PRIX INDICUES DANS CET EXEMPLE NE SONT DONNES QU'A TITRE INDICATIF. CHAQUE CLUB CURVES EST LIBRE DE PRATIQUER LES PRIX DE SON CHOIX. IL CONVIENT DE REMPLACER LES PRIX INDICUES CI-DESSOUS PAR VOS PROPRES PRIX

« Maintenant, j'aimerais vous expliquer notre programme et répondre aux questions que vous pourriez avoir. C'est très simple. C'est seulement 44* par mois, pour un minimum de 12 mois. Si c'est une autre formule d'abonnement, c'est 55*.

Nous avons un frais de service unique de 199*, comme je l'ai mentionné plus tôt nous avons une remise de première visite de 50%, ce qui représente 100* euros. Vous pouvez donc commencer dès aujourd'hui pour seulement 99*.

(Tournez la feuille vers la cliente.) Aimeriez-vous économiser ces 100* euros?

199*	44 mois
- 100 €* 50% de remise	x 12*
99*	55*

« OUI. » « Parfait ! » Sortez le contrat d'abonnement et commencez à le remplir. Quand vous arrivez à l'endroit indiquant Montant dû : inscrivez 99 + _____.

A. « OUI. » « Parfait! Aujourd'hui, nous percevons le premier mois d'avance.

B. Ce qui fait un total de _____ €. Comment souhaitez-vous régler aujourd'hui : en espèces, chèque ou carte bleue ? » Inscrivez-le comme suit : 99* +44*.

« A l'avenir, comment souhaitez-vous régler ? Prélèvement, espèces, chèque ? »

C. (A votre convenance, vous souhaitez peut-être lui offrir la possibilité du prépaiement annuel. Ne le faites pas avant qu'elle n'ait dit qu'elle s'inscrivait)

« Beaucoup de nos adhérentes souhaitent payer l'année d'avance et ainsi économiser 10% en plus. C'est une réduction supplémentaire de 53 €. Souhaitez-vous payer l'année et économiser ces 53* € en plus? (44* € x 12 * = 528* x 10% = 53* €)

528*
Economisez 10% 53* €
99* + 475* = 574*

Vérifier les règles et lois spécifiques en vigueur concernant les consommateurs dans votre région.

*Prix donnés à titre d'exemple

Annexe 11 : Attestation sur l'honneur concernant l'état de santé de la cliente

213

Curves

Attestation

Je soussignée prénom : _____, nom : _____, née le : _____ déclare être en bonne santé physique et que je ne souffre d'aucune condition, maladie, trouble, infirmité ou autre problème médical qui m'empêcherait de participer aux activités du Club Curves où je m'inscris ou d'utiliser ses équipements ou machines.

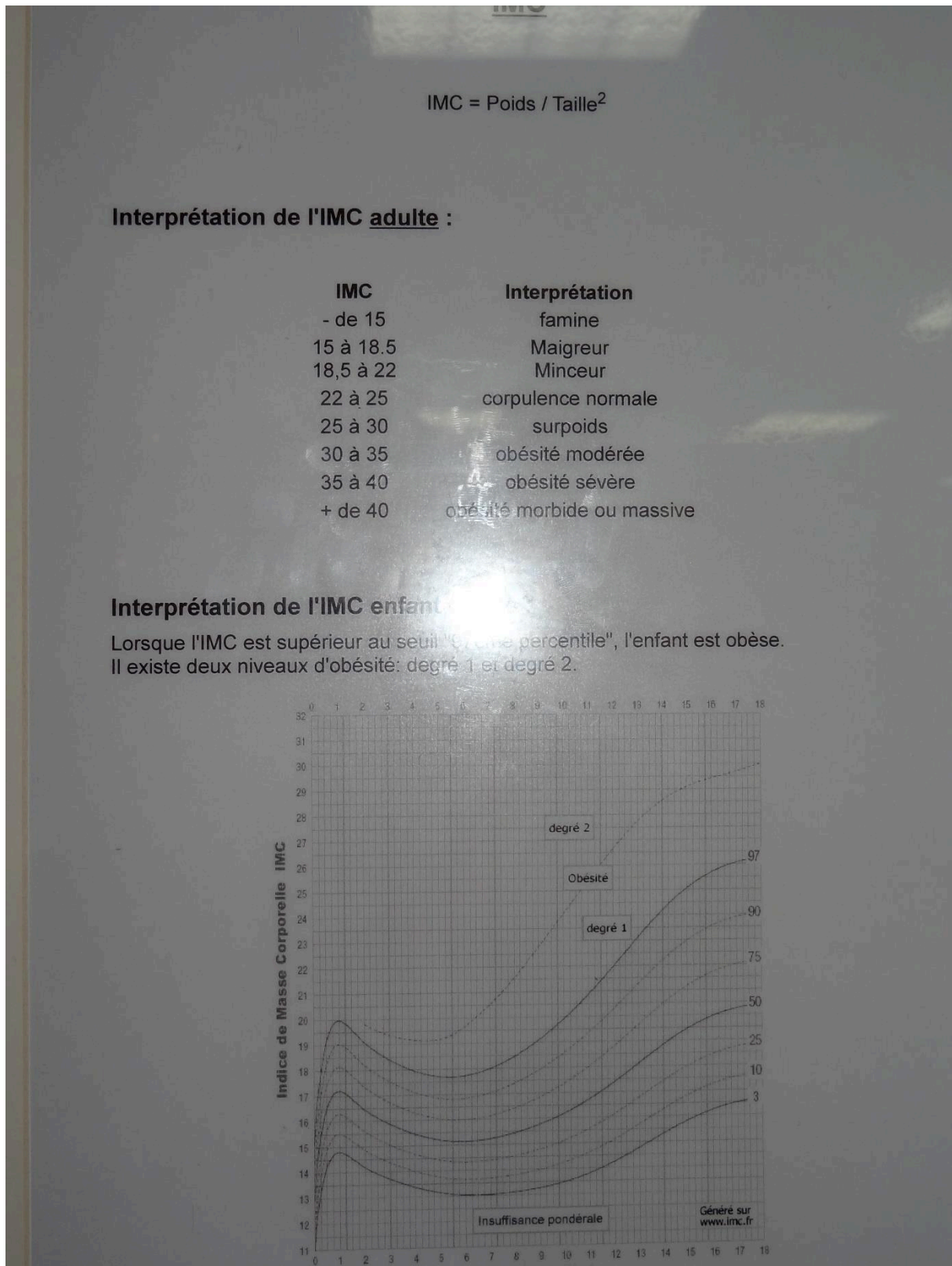
Je reconnais par les présentes que j'ai été informée par mon club Curves de la nécessité d'effectuer une visite médicale auprès du médecin de mon choix afin que celui-ci vérifie que mon état clinique me permet de pratiquer les activités proposées par mon club Curves et d'utiliser les équipements et machines d'exercice Curves, préalablement à tout début d'activité.

Je reconnais également qu'il m'a été recommandé d'effectuer une visite médicale auprès du médecin de mon choix régulièrement et au moins une fois par an afin de vérifier que mon état clinique me permet de pratiquer une activité physique au sein de mon club Curves et d'utiliser les équipements et machines d'exercice Curves.

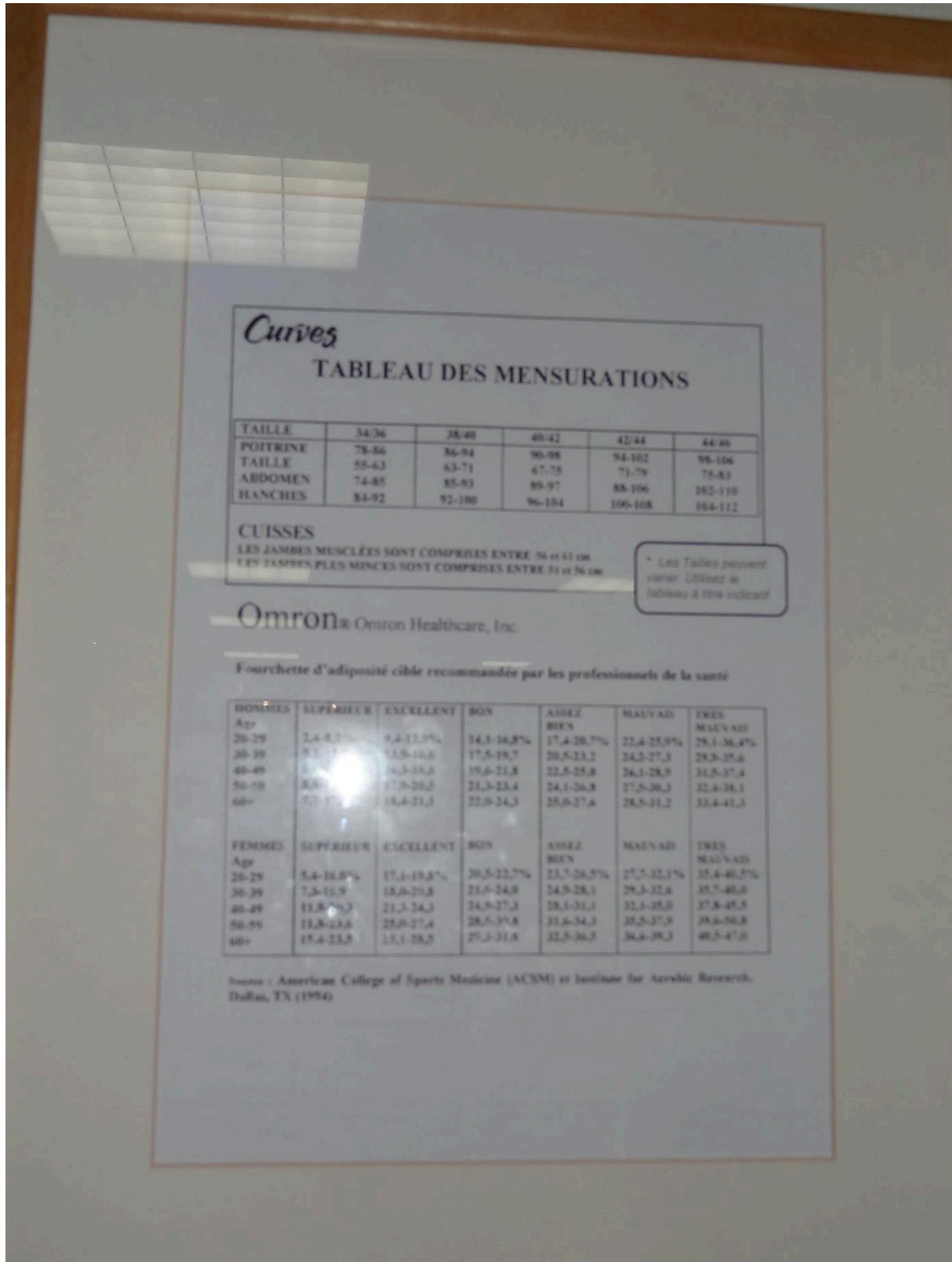
Je déclare avoir effectué une visite médicale préalable et que mon médecin traitant a certifié que mon état clinique ne présente pas de contre-indications avec la pratique des activités proposées par mon club Curves ni avec l'utilisation des machines et équipements mis à ma disposition au sein de mon club Curves.

Date _____ Signature _____

Annexe 13 : Affiche relative à l'interprétation de l'IMC diffusée par les centres de remise en forme *Curves*



Annexe 14 : Affiche relative au tableau des mensurations et à la fourchette d'adiposité diffusée par les centres de remise en forme *Curves*



Défense d'entrer : accès réservé aux femmes !
Sociologie des salles de remise en forme « non mixtes »

Cindy Louchet

Résumé :

Si les salles de remise de forme ont déjà livré nombre de leurs secrets à la communauté scientifique, il en est autrement de celles imposant une ségrégation au regard du sexe. Pourtant depuis 2004, elles ne cessent de se développer et de se multiplier sur le territoire français, en revendiquant l'interdiction faite aux hommes - un affichage loin d'être anodin à l'heure où la coexistence des deux sexes dans l'ensemble de l'espace social est prônée - ; en vantant des propositions de services spécifiquement adaptées à leur clientèle : les femmes, toutes les femmes quels que soient leur âge, leur morphologie, leur condition physique, leur rapport au corps et au sport ; en se présentant comme des lieux préservés des regards, des jugements évaluatifs, des situations stigmatisantes. C'est en nous appuyant sur une enquête mêlant observations (non) participantes (350 heures), entretiens semi-directifs avec les gérant.e.s, encadrant.e.s (43) ainsi que leurs clientes (27) et analyse de supports communicationnels (3 235), que nous avons produit quelques savoirs sociologiques. Volontairement inclusifs dans des espaces qui se veulent exclusifs au regard de l'appartenance de sexe, tel est le paradoxe des salles de fitness d'un nouveau genre. Mais cette apparente inclusion ne doit pas masquer les pratiques mises en place par ces institutions qui consistent à évaluer les corps de leurs clientes à l'aune des normes dominantes pour mieux les faire maigrir, pour mieux les raffermir, pour mieux les dégraisser afin qu'ils se rapprochent des canons de beauté faisant la féminité.

Remise en forme - corps - genre - normalisation -

Abstract:

If fitness centres have already given up many of their secrets, it is not the same for those who impose discrimination regarding gender. Yet, since 2004, they keep expanding on French territory, putting forward the fact that access is denied to men – a quite peculiar positioning in times of promotion of sexes coexistence in social spaces – ; selling their services offer allegedly specifically designed for their clientele, that is to say women, all women whatever their age, their morphology, their physical shape, their relation to their own body or with sport ; presenting themselves as places free from any stares, evaluative judgements, stigmatising situations. Basing us on an investigation combining (non) participating observations (350 hours), semi-structured interviews with the managers and coaches (43) of these establishments as well as the clients (27), and an analysis of their communication media (3235), we eventually managed to produce some new sociological knowledge. Willingly inclusive in spaces designed to be exclusive on sexes criteria, here is the paradox of these fitness centres of a new kind. However, this outward inclusion must not hide the practices that have been set in these institutions, aiming at evaluating their clients bodies in regards of the dominant norms, in order to make them lose weight, to reduce their fat, to tone up their muscles so that these bodies get closer and closer of the beauty standards that make femininity.

Fitness - body - gender - normalisation -