



HAL
open science

La fabrique du genre chez les professionnel×le×s du fitness en milieu rural : le cas du département des Landes

Marie-Françoise Galy

► **To cite this version:**

Marie-Françoise Galy. La fabrique du genre chez les professionnel×le×s du fitness en milieu rural : le cas du département des Landes. Etudes sur le genre. Université Paul Sabatier - Toulouse III, 2021. Français. NNT : 2021TOU30207 . tel-03676517

HAL Id: tel-03676517

<https://theses.hal.science/tel-03676517v1>

Submitted on 24 May 2022

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.



THÈSE

En vue de l'obtention du
DOCTORAT DE L'UNIVERSITÉ DE TOULOUSE

Délivré par l'Université Toulouse 3 - Paul Sabatier

Présentée et soutenue par

Marie GALY

Le 6 décembre 2021

"La fabrique du genre chez les professionnel·le·s du fitness en milieu rural : le cas du département des Landes"

Ecole doctorale : **CLESCO - Comportement, Langage, Education, Socialisation, Cognition**

Spécialité : **STAPS**

Unité de recherche :

CRESCO-Centre de Recherche Sciences Sociales Sports et Corps

Thèse dirigée par

Christine MENNESSON

Jury

Mme Oumaya HIDRI NEYS, Rapporteur

M. Yves RAIBAUD, Rapporteur

Mme Marie Carmen GARCIA, Examinatrice

Mme Carine Guérandel, Examinatrice

Mme Christine MENNESSON, Directrice de thèse

Pour Jeanne.

À Éléna et Louis.

« Si le sociologue a un rôle,
ce serait plutôt de donner des armes
que de donner des leçons »
Pierre Bourdieu
(1984, p.95)

REMERCIEMENTS

En cette fin de rédaction et au moment d'écrire ces remerciements, j'ai une pensée émue pour la promotion 2002-2003 du BEES MDF et Hacumese du Creps de Toulouse, avec une pensée particulière pour Claude Cayrac, un des formateurs. Cette année-là particulièrement riche et intense humainement fait partie de mon histoire de vie, c'est aussi un bout de cette thèse. En déroulant le fil elle se retrouve au commencement ...

Pour être brève et la plus sincère possible, en attendant de pouvoir vous remercier de vive voix.

MERCI,

aux professionnel·le·s, pour leur accueil, le temps et la confiance qu'il·elle·s m'ont accordé·e·s. À Christine Mennesson, pour sa confiance, nos échanges, sa rigueur, ses encouragements, sa patience et toute sa bienveillance.

Au laboratoire du CreSco qui permet à des étudiant·e·s, atypiques comme moi, de mener à bien leur projet doctoral.

A mes relecteur·trice·s : Delph, Fred, Céline, Anna, Joëlle, Elodie, Philippe, Presci, Olive, Ben et mes parents, pour le coup de main final, leurs encouragements et l'intérêt qu'il·elle·s ont porté à ce travail.

Et un grand, grand merci.

À mes parents, de m'avoir donné les racines (« la terre qui colle aux pieds ») et les ailes (pour voler, assez souvent, à contre-courant), pour leur soutien infaillible, inconditionnel et de tous les instants.

À Olive, pour avoir ouvert la voie, du sport, des études et de tout le reste ... à tout ce qui nous rapproche malgré la distance.

A Ben, pour être toujours là quand il faut, à tout ce qu'on partage et parce que « tu gères » !

A Mélie, pour son soutien, pour nos joies et nos galères de profs d'EPS, de femmes, de mères, de chercheuses.

A Louis et Éléna qui ont grandi avec « le travail de maman », pour votre patience, pour toutes ces « douceurs » apportées pendant que je travaillais, ces avions en papier envoyés sur mon bureau pendant les vacances, cette thèse vous est dédiée. Vous êtes mes deux rayons de soleil.

A mon amoureux, Patrick, pour être là les bons comme les mauvais jours. Pour nos coups de cœur, nos coups de sang, nos fous rires. « Je ne sais pas où va mon chemin. Mais je marche mieux quand ma main serre la tienne » (Alfred de Musset).

TABLE DES MATIÈRES

ENJEUX SCIENTIFIQUES ET MÉTHODOLOGIQUES

1- Introduction, problématique et enjeux scientifiques	p. 12
2- Méthodologie	p. 26
2-1 Présentation	p. 26
2-2 Rapport à l'objet de recherche : avoir été « prof » de fitness	p. 27
2-3 Méthodes de recueil de données	p. 29
2-3-1 Le langage comme voie d'accès au social	p. 29
2-3-2 « Participation observante » : le corps et ses usages	p. 31
2-3-3 Le Salon Mondial du Body Fitness à Paris	p. 34
2-4 Le contexte d'entretien	p. 36
2-4-1 Incarner une chercheuse/ une professionnelle/ les 2 ?	p. 36
2-4-2 Les couples, une spécificité du terrain	p. 37
2-5 Les données et leur traitement	p. 39
2-6 Limites et perspectives méthodologiques	p. 40

PARTIE 1. LE CHAMP DU FITNESS : UNE ECONOMIE DES BIENS SYMBOLIQUES MARQUÉE PAR LES STÉRÉOTYPES DE GENRE

Introduction	p. 43
Chapitre 1- Un champ à part ?	p. 45
1-1 Penser le fitness comme un sous-champ	p. 45
1-2 Structuration du sous-champ au niveau micro social : essai de typologie	p. 47
1-2-1 Le type de fitness proposé	p. 48
1-2-2 Des salles de fitness très différentes	p. 51
1-2-2-1 Indépendant·e·s versus franchisé·e·s	p. 51
1-2-2-2 Quel·le·s exploitant·e·s pour quelles salles de fitness	p. 52
1-2-2-3 Le positionnement géographique des salles	p. 55
1-3 Un espace en concurrence	p. 56
1-3-1 Les salles en quelques chiffres	p. 57
1-3-2 Des salles en concurrence	p. 61
1-3-2-1 Les salles en position « dominantes »	p. 63
1-3-2-2 Les salles en position « dominées »	p. 65
1-3-2-3 Le cas des « outsiders »	p. 71
1-2-3-4 Un espace en concurrence	p. 75
1-4 Essai de typologie	p. 76
1-5 Les agent·e·s de l'enquête de terrain, les professionnel·le·s rencontré·e·	p. 78
1-5-1 Le capital économique	p. 79
1-5-2 Le capital culturel	p. 87
1-5-3 Le capital symbolique	p. 89
1-5-4 Le capital spécifique	p. 92
1-5-5 En guise de conclusion : interaction et interdépendance des capitaux	p. 93
Chapitre 2 : La place du genre dans le sous champ du fitness	p. 97
2-1 Le fitness comme régime de genre	p. 97
2-2 Hegemonic masculinity et emphasized femininity	p. 99
2-3 Les représentations symboliques comme catégories d'analyse des rapports sociaux de sexe	p. 100
2-3-1 Sexuation des espaces à l'intérieur de la salle de fitness : de la forme et des formes	p. 100
2-3-1-1 Le plateau musculation comme « maison des hommes » ?	p. 102

	2-3-1-2 La salle de cours collectif : un entre-soi féminin	p. 106
	2-3-1-3 Résistances et incursion dans les « gendered spaces »	p. 108
genre	2-3-2 Un autre aspect de la dimension symbolique : stéréotypes et mises en scène du	p. 109
	2-3-2-1 Des espaces différenciés	p. 111
	2-3-2-2 Féminités et masculinités	p. 114
	2-3-2-2-1 Les « athlètes »	p. 116
	2-3-2-2-2 Les personnalités de la toile : blogueur·euse·s	p. 121
	2-3-2-2-3 Les athlètes « Les Mills® »	p. 123
	2-3-2-2-4 Les « freestylers » internationaux	p. 126
	2-3-2-2-5 Soft fitness et féminité « neutralisée »	p. 128

PARTIE 2 : LES ÉTAPES DE LA CARRIÈRE : MODES D'ENGAGEMENT, ENTRÉE DANS LE MÉTIER ET CONDITIONS DE MAINTIEN

	Introduction	p. 132
	Chapitre 3- Les conditions sociales de l'engagement dans la carrière	p. 135
	3-1 La famille et l'école : la socialisation primaire comme déterminant commun	p. 135
	3-1-1 Origine sociale	p. 135
	3-1-2 Des trajectoires scolaires variées	p. 138
	3-2 Le sport au cœur du style de vie	p. 144
	3-2-1 Des dispositions favorables à l'entrée dans la carrière	p. 145
	3-2-1-1 Pratiques sportives, conformité sexuée et conformité sociale ?	p. 145
	3-2-1-2 L'acquisition de dispositions « masculines » et « féminines »	p. 148
	3-1-2 La construction d'un habitus sportif	p. 151
	3-1-3 Le sport comme aspiration professionnelle	p. 154
	Chapitre 4- L'entrée dans le métier « par hasard » ou véritable choix ?	p.154
	4-1 Des qualifications professionnelles variées, quelques précisions	p. 157
	4-2 L'entrée dans la carrière	p. 160
	4-2-1 La rencontre avec le fitness	p. 160
	4-2-2 Le passage en formation, prémices de la socialisation professionnelle	p. 161
	4-3 Des modes d'entrée dans le métier différenciés	p. 164
	4-3-1 Entrée précoce dans le métier	p. 164
	4-3-1-1 La suite « logique » de la fin des études	p. 165
	4-3-1-2 La rencontre amoureuse	p. 166
	4-3-2 Reconversion professionnelle et entrée tardive dans le métier	p. 167
	4-3-2-1 Une carrière sportive avortée	p. 170
	4-3-2-2 La désillusion professionnelle	p. 171
	4-3-2-3 Les opportunités d'une rencontre	p. 174
	Chapitre 5- Ouvrir sa salle de fitness : une reconnaissance symbolique	p. 177
	5-1 Maintenir son engagement dans la carrière : ouvrir sa salle de fitness.	p. 178
	5-1-1 Être à son compte : une histoire de famille ?	p. 179
	5-1-2 La valorisation d'une ethos entrepreneurial	p. 182
	5-1-3 Des dispositions favorables au projet de création d'entreprise	p. 184
	5-1-4 Bifurcation professionnelle et accès à l'indépendance	p. 184
	5-1-5 Un ethos professionnel commun	p. 186
	5-2 Accès au statut et mobilité sociale	p. 190
	5-2-1 Les conditions de vie réelles	p. 190
	5-2-2 Un reclassement social en partie subjectif	p. 193

PARTIE 3. MODALITÉS SPÉCIFIQUES D'EXERCICE DU MÉTIER : ENJEUX ÉCONOMIQUES ET DIVISION SEXUÉE DU TRAVAIL

Introduction	p. 199
Chapitre 6- Un mode de gestion artisanal	p. 202
6-1 La multiplicité des tâches : « Nous, on fait tout »	p. 202
6-2 Le travail en couple	p. 208
6-2-1 Les caractéristiques des différents types de couple	p. 208
6-2-2 Une « complémentarité » basée sur les capitaux	p. 210
6-2-3 Perméabilité des sphères privées et professionnelles	p. 216
6-3 La distribution sexuée des appuis familiaux	p. 218
6-3-1 Les appuis familiaux comme soutien financier	p. 218
6-3-2 La mobilisation conjugale au service de l'entreprise	p. 222
6-4 De la rentabilité au profit, les salles franchisées comme autre mode de gestion	p. 226
Chapitre 7- Enjeux économiques et division sexuée du travail	p. 231
7-1 Bi-partition sexuée des compétences professionnelles	p. 232
7-1-1 Des compétences d'animatrice	p. 233
7-1-2 des compétences techniques d'expert de la performance	p. 242
7-2 Enjeux économiques et complémentarité de genre	p. 246
7-3 Le travail de gestion de la salle arbitré par les capitaux	p. 248
Chapitre 8- Division sexuée du travail des corps et des sentiments : marchandisation des corps et séduction	p. 254
8-1 Marchandisation des corps : « on est notre carte de visite »	p. 255
8-1-1 Les injonctions à la performance et à l'engagement physique	p. 259
8-1-2 Le temps comme adversaire	p. 263
8-1-3 La gouvernance des corps	p. 266
8-1-3-1 La police corporelle assignées aux professionnelles	p. 266
8-1-3-2 La gouvernance du corps des hommes	p. 270
8-2 La performativité du genre	p. 272
8-2-1 Des professionnelles respectables	p. 274
8-2-2-1 La production d'une corporéité « féminine »	p. 275
8-2-2-2 Bénéfices et coûts de la respectabilité	p. 278
8-2-2 Des masculinités hybrides	p. 279
8-2-2-1 Production d'une corporéité « masculine »	p. 281
8-2-2-2 Esthétisation de soi	p. 283
8-3 La séduction : entre marchandisation des corps et des sentiments	p. 286
8-3-1 Un contexte favorable : le business de la drague	p. 288
8-3-2 Le dévoilement des corps	p. 289
8-3-3 L'exploitation du charisme	p. 292
8-3-4 Le « travail émotionnel » et les règles de séduction pour les hommes	p. 293
8-3-4-1 Des qualités d'attention et d'écoute inhabituelles donc valorisées	p. 294
8-3-4-2 Être un homme suffit...une posture essentialisée et dominante	p. 296
8-3-5 Des professionnelles « complices »	p. 299
8-3-6 Les coûts de la séduction	p. 302

PARTIE 4. LA FABRIQUE DU « GENRE » CHEZ LES PROFESSIONNEL·LE·S

Introduction	p. 307
CHAPITRE 9 - Modèles de genre masculins, complicité et hybridation	p. 313
9-1 Masculinités hégémoniques, masculinités complices : un rapport à déconstruire	p. 314
9-2 Les modèles de genre masculins : la production d'une anatomie genrée, au service de l'expression de masculinités complices, mais pas seulement	p. 320
9-3 Les « artisans du corps »	p. 322
9-3-1 Une hexis corporelle au service de la « masculinité »	p. 322
9-3-1-1 Façonnage du corps entre virilité populaire et histoire corporelle atypique	p. 323
9-3-1-2 Modes de socialisation masculine	p. 326
9-3-1-3 Usages professionnel du corps	p. 331
9-3-2 « Être et rester professionnel » : l'expertise technique hyper rationalisée au service de la masculinité complice	p. 332
9-3-2-1 Carrière émotionnelle et modalités masculines d'exercice du métier	p. 333
9-3-2-2 La séduction, un peu ... mais la réputation avant tout	p. 334
9-3-2-3 Des genderisms privés contrastants	p. 337
9-3-3 Serge, une vie d'ascèse et adhésion à l'irrationnel	p. 338
9-3-4 Pierre, le transfuge de classe	p. 342
9-3-5 Jérémy et Alain : deux positionnements atypiques	p. 345
9-4 Le masculin sportif : une esthétique distinctive	p. 350
9-4-1 Valorisation d'une « virilité sportive »	p. 351
9-4-1-1 Une socialisation sportive particulièrement intense	p. 352
9-4-1-2 Une stylisation genrée du corps au service de cette virilité	p. 354
9-4-2 Le façonnage d'une virilité « professionnelle »	p. 356
9-4-2-1 Un corps de sportif	p. 356
9-4-2-2 La dimension professionnelle de la stylisation genrée du corps.	p. 357
9-4-2-3 Être prof de fitness « au masculin »	p. 360
9-4-3-4 Masculinisation des pratiques professionnelles	p. 361
9-4-3-4 La « séduction ça fait partie du jeu »	p. 364
9-4-3 Stratégie de positionnement économique limitée	p. 365
9-4-4 Le masculin sportif et des rapports sociaux de sexe contrastés	p. 370
9-5 Le masculin érotisé : séduire par corps, une domination symbolique	p. 372
9-5-1 Une hexis corporelle érotisée	p. 372
9-5-1-1 Une morphologie « masculine »	p. 373
9-5-1-2 Stylisation genrée du corps hétérogène	p. 375
9-5-1-2 Mobilisation d'une gestuelle féminine	p. 376
9-5-2 Masculinités hybrides et renouvellement des configurations de pratiques	p. 378
9-5-2-1 Des normes de genre nuancées	p. 378
9-5-2-2 Processus d'identification à un modèle masculin de réussite	p. 379
9-5-2-3 Masculinité renouvelée : ethos et style émotionnel	p. 382
9-5-3 Une stratégie pour se distinguer dans le sous champ	p. 385
9-6 Conclusion sur les modèles de genre masculins	p. 387

CHAPITRE 10. LES MODÈLES DE GENRE FÉMININS : ENTRE COMPLICITÉ ET RÉSISTANCE

Introduction	p. 388
10-1 « Bikini model » ou l'hyper féminisation	p. 391
10-1-1 Stéréotype de genre et sexualisation de l'apparence	p. 392
10-1-1-1 Une morphologie spécifique	p. 392
10-1-1-2 La rentabilité de l'apparence	p. 393
10-1-1-3 « Mener les hommes » et être sexy	p. 394
10-1-2 Entre adhésion et résistance, des genderisms professionnels ambivalents	p. 396
10-1-2-1 Être cheffe d'entreprise, un prix à payer ?	p. 399
10-1-2-1-1 Les coûts de la carrière sur la famille et le couple privé	p. 399
10-1-2-1-2 Une stratégie de positionnement limitée	p. 401
10-2 Les «fit-mums»	p. 402
10-2-1 Une appétence pour la mise en valeur « féminine »	p. 404
10-2-1-1 Une morphologie de sportive	p. 402
10-2-1-2 Stylisation genrée du corps : entre dispositions sociales professionnelles	p. 404
10-2-1-3 Un rapport au corps de femme	p. 409
10-2-2 Entre adhésion et résistance, une tentative de dépassement du genre ?	p. 410
10-2-2-1 Mise à distance des rôles stéréotypés sexués	p. 410
10-2-2-2 Des rôles sexués plus ou questionnés	p. 412
10-2-3 Stratégies de positionnement économique : des modèles de féminités singulières	p. 414
10-2-3-1 Rapport de pouvoir symétrique et forme de résistance douce : la co-gérance comme modèle économique et symbolique	p. 414
10-2-3-2 La gérance et un rapport de pouvoir inversé	p. 417
10-2-3-3 Marion, un cas atypique	p. 419
10-3 La « mothering femininity »	p. 420
10-3-1 « Rester » féminine	p. 422
10-3-1-1 Morphologie et dispositions sportives	p. 422
10-3-1-2 Stylisation genrée du corps : une conformité maintenue	p. 424
10-3-1-3 Un usage professionnel du corps...qui s'impose	p. 428
10-3-2 Complices malgré elles ?	p. 430
10-3-2-2 Socialisation conjugale et rôles sexués hétérogènes	p. 431
10-3-4 Longévité dans la carrière fitness : une stratégie de positionnement économique, corporelle et familiale	p. 438
10-3-4-1 Sandrine et Martine, un positionnement en résistance	p. 438
10-3-4-2 Nicole, résistance douce et positionnement de couple	p. 439
10-3-4-3 Véronique, « la femme du patron »	p. 440
10-4 Conclusion sur les modèles de genre féminins	p. 442
CONCLUSION	p. 446
ANNEXES	p. 451
BIBLIOGRAPHIE	p. 455

1. ENJEUX SCIENTIFIQUES

1- INTRODUCTION, PROBLÉMATIQUE ET ENJEUX SCIENTIFIQUES

Présupposer de travaux de recherche sur le fitness nous engage à expliciter ce qu'est le fitness inévitablement. Anglicisme révélateur des sociétés contemporaines, *fit* en anglais désigne la forme et l'ajout du suffixe *-ness* transforme *fit* en un état : *fitness* ou remise en forme en français. La traduction re-mise en forme renseigne sur l'état présumé de méforme qui doit être remise en bonne forme. Mais quelle forme ? La forme, les formes, la ligne, la norme sociale assignée à « la forme » comme un principe unificateur des pratiques ?

Dès lors, il incombe de préciser et d'effectuer cette « rupture langagière » (Bourdieu, 1984) nécessaire pour mettre au jour les présupposés implicites du langage commun. Le fitness est, une activité physique réalisée en centre de remise en forme, clubs ou salles de fitness dont l'accès, payant, donne accès à diverses pratiques corporelles encadrées par des professionnel·le·s éducateur·rice·s sportif·ive·s. Cette pratique du fitness, au sens large, fait partie du champ sportif (Bourdieu, 1984) et peut même être considérée comme un sous-champ du sport.

Étudier un champ nécessite d'en faire sa genèse et de se défaire de « l'illusion de savoir immédiat » (Bourdieu et al., 1968). Historiquement, le fitness – ou les activités de remise en forme- ne se développent pas comme les activités sportives traditionnelles basées sur le modèle compétitif. Il s'agit d'activités individuelles réalisées de manière collective à visée cardio-respiratoire et esthétique, même si une Fédération Française de Fitness (FFFIT) se crée en 1990 afin de promouvoir l'activité compétitive de l'Aérobic Artistique, du Step et des disciplines associées (hip hop, etc). En 2009, la FFFIT devient la FNFDA (Fédération Nationale de Fitness et Disciplines Associés) qui organise toujours des championnats d'Aérobic Artistique et développe aussi son pôle de formation. En 2010, elle compte 1000 athlètes ce qui reste confidentiel du point de vue du sport fédéral. Le fitness se développe donc comme une pratique physique non compétitive, une pratique de loisir dont l'objectif principal est l'entretien de soi, il se développe comme une pratique corporelle commerciale. En effet, ce dernier est vraiment hybride car les modes concrets d'engagement du corps (Louveau, 2007b) différenciés entre les hommes et les femmes, structurent les pratiques et les espaces de pratiques. De manière classique, la salle de fitness est composée d'un plateau musculation (avec machines guidées et poids libres) et une salle de cours collectifs. De ce point de vue, la « géographie » de la salle est mise en place avec deux sous-espaces : un espace musculation et un espace cours collectifs. La pratique de la musculation avec appareils et poids libres est héritée des méthodes Triat, Desbonnet voire même de la Méthode Naturelle d'Hébert. Les mouvements, plus ou moins

fonctionnels, constituent une méthode d'entraînement en soi (développée par le Dr Kenneth Cooper aux Etats-Unis à la fin des années 1960¹) ou un sport en soi comme par exemple l'haltérophilie, la force athlétique ou la musculation esthétique. Des liens avec les fédérations existent puisqu'il s'agit d'activités sportives, entendues comme pratiques compétitives et institutionnalisées. A ce sujet, Jacques Defrance (Defrance, 1995b) considère le sport comme « un fait social total », c'est-à-dire un phénomène où s'expriment à la fois et de manière conjointe toutes les institutions de la société (Mauss, 1978). La pratique dans l'autre espace, celui des cours collectifs est aussi polymorphe, l'aérobic artistique est en quelque sorte à l'origine des cours chorégraphiés puisqu'il répertorie des éléments techniques gymniques et acrobatiques de force, souplesse et esthétiques. Le fitness débute avec la création du Step en 1992, l'équipementier Reebok® est à l'origine de la « marche » sur laquelle il faut monter et descendre en rythme et qui devient support de chorégraphies. Mais l'influence de la danse est aussi présente avec la réalisation des cours en musique et sur le tempo, très rapide, des étirements, et des chorégraphies c'est-à-dire l'enchaînement de différents éléments à visée esthétique et énergétique. Dans les souvenirs collectifs, le fitness est souvent associé à Véronique et Davina, deux stars du petit écran qui ont clairement participé à la vulgarisation du fitness en France dans les années 1980. Plus précocement, c'est Jane Fonda qui vulgarise la méthode aux Etats-Unis dans les années 70. Ainsi précisé, le fitness prend l'allure d'un « fourre-tout » piochant dans diverses activités sportives et artistiques les éléments qui lui permettent de se renouveler sans cesse. Tour à tour, les cours chorégraphiés se sont inspirés de l'aérobic artistique, de la danse moderne et jazz, des danses du monde (salsa, danse africaine) de la rythmique mais aussi du yoga, du Qi gong et des méthodes de renforcement musculaire. L'objectif des activités de la forme est donc de « mettre en forme » le corps. Cette forme est centrale et mérite d'être précisée pour définir l'enjeu du fitness. La forme se révèle très différenciée sur le plateau musculation et dans les cours collectifs, mais déjà faut-il préciser que les publics y sont différents. D'un côté majoritairement des hommes et de l'autre majoritairement des femmes. Constatation d'une pratique sexuellement différenciée où la définition de la forme semble revêtir des pratiques assez éloignées : d'un côté statique, aux hommes la puissance et la performance de la pratique de la musculation, de l'autre côté, dynamique, les activités de dépenses énergétiques. La forme prend deux orientations bien distinctes voire opposées : « prendre » d'un côté et « perdre » de l'autre.

¹ Kenneth Cooper, « Aerobics », 1968.

Ce travail de thèse prend naissance suite à l'étude de terrain, débutée en Master 2, centrée sur l'étude des trajectoires des professionnel·le·s de la remise en forme dans le département des Landes. En précisant les liens et les rapports entre les professionnel·le·s et les pratiquant·e·s (leurs représentations), l'analyse est d'autant plus intéressante et permet de préciser le contexte professionnel et ses enjeux, même si les pratiquant·e·s ne sont pas au cœur de l'étude. Les professionnel·le·s que nous avons rencontré·e·s exercent conjointement leur métier d'éducateur·rice·s sportif·ive·s et leur métier de gérant·e d'une structure sportive pour la plupart, et nombreux·ses sont ceux·elles qui travaillent en couple mixte ou non. Ainsi, d'autres enjeux d'analyse sont apparus imbriqués aux trajectoires des professionnel·le·s de la remise en forme, afin de mieux cerner les spécificités professionnelles du fitness, et percevoir l'état des rapports sociaux de sexe dans ce contexte spécifique.

Ce qui est apparu d'emblée comme une pratique corporelle mais aussi comme pratique professionnelle « mixte », se révèle, en y regardant de plus près, très différenciée. Tant au niveau des espaces de pratiques, que des modalités d'exercices du métier, ou encore des pratiques professionnelles. La façon dont le genre, défini comme « l'ensemble des pratiques et rôles masculins et féminins socialement construits » (Delphy, 1991, pp.89-101) structure cet espace questionne. L'expression du genre est particulièrement saillante et représente le cœur de notre étude.

Quels sont les modèles de genre construits, véhiculés par les professionnel·le·s du fitness dans le sous champ et quels enjeux cela représente-t-il ? Est-ce un véritable enjeu dans le champ des luttes pour prendre les positions dominantes ?

La hiérarchie à l'œuvre dans les rapports sociaux de sexe se reproduit-elle dans ce champ social ?

Quels en sont les effets sur les modalités d'exercice du métier, sur les trajectoires professionnelles et privées des hommes et femmes du fitness ?

Comment le genre au travers de l'hexis corporelle, des habitus, des dispositions sexuées, se donne à voir dans cette profession ?

Comment le capital corporel est-il exploité en tant que bien symbolique sur le marché du fitness ?

Enfin, pourquoi et comment l'appartenance de sexe construit une asymétrie des carrières professionnelles et une bi-partition sexuée du travail dans les petites entreprises de fitness travaillant de manière artisanale ?

Autant de questions ont nourri la réflexion née autour des différences de trajectoires professionnelles entre les hommes et les femmes du fitness. Pour cela, nous explorerons les lieux et les pratiques professionnelles, les représentations idéalisées des adhérent·e·s ce qui implique de s'intéresser aux masculinités et aux féminités. Nous émettrons donc l'hypothèse que *la stratégie de positionnement économique est associée aux modèles de genre incarnés par les professionnel·le·s. De manière conforme à leur ethos et leur style de vie, ces dernier·ère·s occupent un segment spécifique du fitness et se positionnent dans l'espace social différemment. La part respective des capitaux détenue par les enquêté·e·s participe à ce positionnement et s'articule aux effets de la socialisation professionnelle et de la socialisation conjugale. Le passé incorporé structure, sous les effets de champ, la bi-partition sexuée des compétences professionnelles et reflète la domination et la hiérarchie à l'œuvre dans les rapports sociaux de sexe.*

Les différents travaux relativement récents autour du fitness ne se positionnent pas de manière historique mais bien sociologique. Plusieurs thématiques de recherche autour des logiques d'action des gérants (Wipf et al., 2008), de la discrimination des pratiquantes (Louchet & Neys, 2018), des compétences professionnelles des professeur·e·s de fitness (Pichot & Wipf, 2011), de la conception du vieillissement féminin (Jarthon & Durand, 2017), des normes corporelles dans le bodybuilding (Cholley-Gomez & Perera, 2017; Jarthon, 2018a) se sont développées dans la littérature française. Prouvant que le fitness serait un fait social dont les études aux approches pluri-thématiques se seraient emparées pour en comprendre le fonctionnement et la place dans notre société contemporaine. Ainsi, le féminin et le masculin, comme norme sociale, ont été étudié séparément chez les pratiquant·e·s de bodybuilding et de fitness, sans faire de liens entre les féminités, masculinités multiples au sein de ce sous champ et la construction de modèles de genre par les professionnel·le·s.

Du point de vue de la littérature internationale, Thomas Johansson (1996) propose une analyse des activités du « gym » au travers du genre. Ces travaux proposent la construction de l'espace de manière genrée dans les clubs de gym suédois, il met en avant une opposition entre les espaces et les identités de genre et souligne que les stéréotypes existent, perdurent dans une société suédoise qui se veut égalitaire mais qui, dans les faits, renforcent les inégalités dans les rapports sociaux de sexe. En 2013, il analyse avec Jesper Andreasson (Andreasson & Johansson, 2013) les figures féminines du fitness dans la blogosphère et la construction du genre au travers de celles-ci. Les représentations de soi s'inscrivent dans une histoire culturelle de la condition physique dominée par des manières stéréotypées de percevoir la féminité et la

masculinité. Les auteurs montrent comment les normes de genre traditionnelles sont négociées, voire subverties, par ces blogueuses. Ils abordent plus récemment la mondialisation du fitness (Andreasson & Johansson, 2018) et posent également la question des normes de genre dans les activités du « gym » très stéréotypées et hyper sexuées dans divers pays aux cultures et aux rapports au corps diversifié·e·s. Les travaux d'Assaf Lev et Esther Hertzog (Lev & Hertzog, 2017) traitent ainsi des résistances à l'ordre de genre et de la défiance à l'égard de la domination masculine dans le contexte de salles de fitness israéliennes.

L'ensemble de ces travaux est intéressant pour aborder le secteur de la remise en forme, mais aucun ne s'interroge du point de vue des rapports sociaux de sexe. Ce qui est proposé ici en étudiant les professionnel·le·s du fitness, leur rapport au genre dans l'exercice de leur profession en mettant en relation les différentes socialisations et leurs dispositions dans les espaces et contextes professionnels variés.

Aussi, en mobilisant la notion de champ, issue des travaux de Pierre Bourdieu (Bourdieu, 1979), et celle de régime de genre, mise en avant par les travaux de Raewyn Connell (1987) cela permettra de mieux cerner les spécificités professionnelles du fitness, de ces acteurs afin de percevoir l'état des rapports sociaux de sexe dans le domaine de la remise en forme. Identifier les diverses positions occupées dans l'espace professionnel permet d'éclairer la mobilisation des dispositions dans des contextes variés, et la construction dynamique et relationnelle du genre comme cela a été le cas pour d'autres pratiques sportives et dans d'autres champs professionnels (Frayse, 2013).

Ce travail de thèse s'articule donc autour de trois enjeux principaux qui seront développés ci-après.

Le premier enjeu est l'analyse du fitness et de ses pratiques comme un sous champ spécifique du sport.

Le second enjeu de cette recherche est de penser le secteur du fitness comme une forme particulière de travail proche des modes de gestion des entreprises artisanales.

Et le troisième enjeu est de poser un regard sur la construction du genre dans ce secteur professionnel et ce que cela engendre du point de vue des rapports sociaux de sexe.

Enjeu numéro 1 : Le sous champ du fitness.

C'est en 1966, que Pierre Bourdieu utilise pour la première fois la notion de « champ », selon lui il existe une pluralité de champs sociaux qui constituent l'espace social. Il les définit comme des sphères de la vie sociale qui se sont autonomisées par la définition d'enjeux propres à chaque champ. Pour le champ du fitness, l'enjeu est le corps et sa mise en forme. Les individus qui participent à un champ agissent en fonction de l'enjeu du champ et luttent pour acquérir ou conserver le capital spécifique de ce champ, c'est la possession même de ce « capital » spécifique qui détermine la position à l'intérieur du champ. Le champ apparaît, comme l'espace social, un espace de positions et de relations entre les différentes positions des participant-e-s. Ce modèle conceptuel apparaît particulièrement intéressant pour analyser le fitness et ses spécificités. En effet, il paraît être à la croisée du champ sportif et du champ économique. Ce champ du fitness dont l'enjeu est le corps et sa mise en forme prend comme support les activités de fitness donc des activités corporelles envisagées sous l'angle économique. Les lieux de pratiques sont des salles de fitness (ou clubs de remise en forme) privés avec accès payant et prestations de service. Il s'agit donc ici d'une activité génératrice de profits économiques, mais pas seulement.

Le corps (sa mise en forme), se trouve au centre de la réflexion et représente l'enjeu du champ. À chaque champ correspond un habitus, « les conditionnements associés à une classe particulière de conditions d'existence produisent des habitus, systèmes de dispositions durables et transposables, structures structurées prédisposées à fonctionner comme structures structurantes, c'est-à-dire en tant que principes générateurs et organisateurs de pratiques et de représentations qui peuvent être objectivement adaptées à leur but sans supposer la visée consciente de fins et la maîtrise expresse des opérations nécessaires pour les atteindre » (Bourdieu, 1980, p. 88). Dit autrement, l'habitus est considéré comme un système de dispositions incorporées à partir des normes, codes, valeurs et pratiques caractéristiques du milieu, de l'environnement dans lequel elles s'acquièrent. Cette appropriation devient une orientation, des pratiques, des goûts et se fait de manière inconsciente par le biais du corps, s'exprimant en termes d'affinités ou de rejets spontanées, vécus et perçus par tous comme « naturels » et qui n'auraient nul besoin d'être expliqués. De cette façon, « l'habitus culturel s'incarne dans les habitus clairement différenciés, dans une définition différenciée des usages légitimes du corps, qui exclut de l'univers du pensable tout ce qui marque l'appartenance à l'autre sexe, par un travail collectif de socialisation et des rappels à l'ordre muet » (Bourdieu, 1998, p. 9). Il est composé des structures mentales à travers lesquelles les individus

appréhendent le monde social (Bourdieu, 1987) et de leurs manifestations corporelles, regroupées sous le terme d'hexis corporelle. D'un point de vue culturel et social, il y aurait des pratiques, attitudes, orientations, goûts plus fréquemment inculqués aux hommes et, en partie, distincts de ceux des femmes. Cet habitus serait donc différencié sexuellement et socialement. L'habitus sportif joue le rôle de distinction dans l'espace social des sports développé par Christian Pociello (Bourdieu, 1980). En superposant les pratiques sportives à l'espace des positions sociales mis en avant par Bourdieu, l'auteur propose de situer socialement les disciplines sportives. Les notions de volume et de structure du capital qui sont au fondement de ce concept méritent d'être questionnées. En effet, c'est bien le volume et la structure du capital culturel des pratiquant·e·s qui différencient et orientent les modalités de pratiques comme pour le VTT (Frayse, 2013). La différenciation des pratiques et de ses modalités semble ainsi s'organiser selon la classe sociale et la classe de sexe

Bernard Lahire propose une relecture critique des travaux de Bourdieu et revient sur l'aspect dynamique et la plasticité de l'habitus (Lahire, 1998, 1999b, 1999a, 2002). L'habitus pourrait être modelé par de nouvelles situations professionnelles. De nouvelles dispositions peuvent être incorporées et activées alors que d'autres inhibées ou mises en sommeil (Lahire, 1998), « la pluralité des dispositions et des compétences d'une part, la variété des contextes et de leur actualisation d'autre part sont ce qui peut rendre raison sociologiquement de la variation des comportements d'un même individu » (p.14). Ainsi, le contexte professionnel s'envisage comme un espace d'expression sociale permettant d'analyser les rapports sociaux de sexe dans un sous champ particulier.

Analyser une activité sportive comme un champ disposant de capitaux spécifiques se retrouve déjà dans la sociologie du sport en langue française. Anne Marie Waser (Waser, 1989) propose une réflexion sur la pratique du tennis en partie axée sur la structure de l'espace local du tennis. Elle y montre comment les relations entre les membres sont étroitement liées au mode de recrutement des adhérents et au maintien de l'homogénéité sociale du club par les dirigeants. La combinaison de critères sociaux, sportifs et des capitaux constituent un véritable « marché de partenaires ». En reprenant les travaux de Charles Suaud (Suaud, 1989) concernant la hiérarchisation de l'espace du tennis, l'autrice propose que différents sous-espaces coexistent sans jamais s'interpénétrer, ainsi les propriétés sportives retraduisent dans le domaine du sport les propriétés sociales.

C'est pourquoi, il semble intéressant d'analyser le corps comme un « bien » et plus précisément comme un « bien symbolique ». L'originalité des mécanismes de production de la valeur

symbolique amène à repenser la question de la production de cette valeur non directement marchande. Bourdieu dans « L'économie des biens symboliques » (1994) décrit l'univers des « choses sans prix » (le don, l'art, la religion, la famille...) et explique que la valeur économique dans ces univers est euphémisée ou déniée. L'intéressement est dévalorisé mais le capital symbolique accumulé peut être à terme reconverti en capital économique. Ainsi, l'économie des biens symboliques serait un leurre passager du rejet économique, il y aurait intérêt au désintéret, « (...) il faut qu'il y ait un marché pour les actions symboliques conformes, qu'il y ait des récompenses, des profits symboliques souvent reconvertibles en profits matériels, que l'on puisse avoir intérêt au désintéressement » (1994, p.186).

L'originalité de la production de ce bien symbolique se retrouve dans tout le travail du façonnage du corps démontré par Oumaya Hidri Neys (2016). En s'appuyant sur les travaux de Goffman (Goffman & Kihm, 1973), l'auteur démontre que le travail des apparences s'inscrit dans une stratégie de « présentation de soi ». Jean Maisonneuve et Marilou Bruchon-Schweitzer (1999) proposent une « piste explicative supplémentaire (aux déterminants biologiques et socioculturels du phénomène de la beauté) qui serait de nature transactionnelle » où l'individu serait tenter de « modifier très sensiblement son corps, grâce à de véritables stratégies de présentation de soi » (p.47). La pratique d'activité de mise en forme, selon Hidri Neys, s'inscrit directement dans les « *stratégies de façonnage de l'apparence* » (Irlinger et al., 1990) et la valorisation du capital corporel se fait dans l'espoir d'un recrutement sur le marché du travail ou dans le cadre de l'exercice de leur future profession. Dans ce cadre, les stratégies d'apparence et de façonnage du corps peuvent renvoyer à forme de discrimination à l'embauche (Neys, 2011).

Ainsi, la mise en forme du corps envisagée comme « capital symbolique » peut servir au même titre que le « crédit réputationnel » (Becker, 1988) des guides de haute montagne (Mennesson, 2005b), aux professionnel·le·s du fitness comme garant des compétence professionnelle. Il est à la fois modelé et mis en avant comme argument de vente et gage de réussite pour les objectifs physiques de « mise en forme » parfois fantasmés.

Enjeu numéro 2 : Des modalités spécifiques d'exercice du métier

Analyser le sous champ du fitness sous l'angle d'une économie des biens symboliques, permet de mettre au jour des stratégies de positionnement économiques portées par les professionnel·le·s du fitness. Le secteur de la remise en forme est un secteur ultra-concurrentiel où les services proposés sont très diversifiés. Proposer une typologie des activités et des salles

de fitness ne se veut pas exhaustif mais permet de spécifier les enjeux et de clarifier le sous champ. Les frontières ne sont pas aussi strictes et parfois les trois types d'activités peuvent se retrouver dans le même club de forme. Le marché du fitness pourrait se segmenter en trois parties, chacun cherchant à attirer à soi le plus grand nombre de pratiquant·e·s pour des raisons purement économiques et symboliques de reconnaissance, voire de consécration favorisant le maintien dans cet espace du fitness.

Le travail en couple n'est pas sans rappeler l'artisanat (Bertaux-Wiame, 2004a; Mazaud, 2012; Zarca, 1986) où la définition d'un ethos commun permet de connaître et d'apprécier les modalités d'exercice de la profession dans le champ. La notion d'ethos professionnel défini par Bernard Zarca est de ce point intéressante. Il explique ainsi « par ethos professionnel, on entend un ensemble de dispositions acquises par expérience et relatives à ce qui vaut plus ou moins sur toute dimension (épistémique, esthétique, sociale, etc) pertinente dans l'exercice d'un métier (...) un ethos professionnel a toujours des caractères communs avec ceux des professions semblables (...) » (Zarca, 2009, p. 351-352). La rencontre avec les professionnel·le·s du fitness au niveau microsocial (le département des Landes), a permis de constater des similitudes avec les modes de gestion des entreprises artisanales en opposition avec l'industrialisation du fitness (Andreasson & Johansson, 2018). La « vision du métier » renvoie à une certaine forme de transmission du savoir-faire, d'engagement dans le métier, d'ancrage local de la TPE (Très Petite Entreprise) et de la relation au travail. De ce point de vue, Florence Cognie et François Aballéa (Cognie & Aballéa, 2010) proposent l'artisanat comme une « figure émancipatrice d'un nouvel entrepreneuriat ». Les travaux en sociologie du travail sur les entreprises sportives évoquent aussi les modalités d'exercice du métier semblables à celle de l'artisanat (Dubois & Terral, 2011b), ce qui permet de questionner le passage à l'indépendance, la « mise à son compte » (Abdelnour et al., 2017). Les modes d'engagement et les modalités d'exercice du métier montrent des points communs entre dispositions acquises durant les diverses socialisations et dans la façon dont les différents capitaux (corporel, culturel, sportif, économique, scolaire) sont mobilisés de manière différenciée entre les hommes et les femmes. Créant ainsi une asymétrie et une hiérarchie dans la « main d'œuvre », « le pouvoir » et les « symboles », trois des axes d'analyse du régime de genre proposé par Raewyn Connell (R. Connell, 1987).

Croiser le genre et les professions a fait l'objet de travaux en sociologie du travail (Ravet, 2007; Zolesio, 2009b), ainsi que le genre et le travail indépendant², mais pas dans le champ des

² Numéro complet de Travail et Emploi consacré au « Genre et travail indépendant », n°150, 2017/2.

petites entreprises de sport. Même si la sociologie du sport propose de nombreux travaux sur les carrières sportives converties en profession (Julhe & Haschar-Noé, 2010; Chevalier et al., 2011; Dubois & Terral, 2011a), sur l'engagement vocationnel (Sorignet, 2004b; Schotté, 2012) peu questionnent les dispositions sexuées dans l'exercice et le contexte professionnel (Menesson, 2012; Fraysse, 2013; Bonnemaïson, 2018). Par conséquent, il apparaît d'autant plus intéressant de comprendre comment le genre « travaille » les professionnel·le·s dans l'exercice de leur métier mais aussi comment il « travaille » le couple. La perméabilité des sphères professionnelles et privées a été démontré, ainsi que les tensions dues aux arrangements conjugaux dans le cadre des professions caractérisées par l'idéologie du dévouement (Lapeyre & Le Feuvre, 2009; Julhe & Honta, 2012). De ce point de vue, les configurations de genre (Lapeyre, 2006) mériteront d'être questionnées, car la plupart des professionnel·le·s travaillent en couple. Ces couples ne sont pas toujours mixtes et ne sont pas toujours des couples privés et professionnels ce qui questionne la (les) façons dont s'y distribue le genre. Comment se définit et se donne à voir le « féminin » et le « masculin » dans ce contexte et quelles en sont les effets sur les modalités spécifiques d'exercice du métier ?

Enjeu numéro 3 : Le genre dans le champ du fitness.

Finalement pour les professionnel·le·s, le corps se trouve tout à la fois enjeu du champ et outil de travail. Le corps se présenterait alors comme un objet, une entité sexuée dont l'expression sociale, le genre, en ferait un sujet social. Le corps se retrouve support de la pratique mais aussi le moyen d'expression des agent·e·s du sous champ. Ainsi, les différences apprises par « corps » (Faure, 2000) sont révélatrices des hexis corporelles (Bourdieu, 1979) différenciées entre les hommes et les femmes, et participent à structurer les rapports sociaux de sexe. L'hexis corporelle fait alors référence à la place du corps, la façon de le présenter aux autres, de le tenir et de le mouvoir (Bourdieu, 1979).

Comme le montre Christine Menesson (Menesson, 2007a), dans le domaine des pratiques physiques et sportives, la mise en jeu des corps favorise la reproduction des différences entre les sexes dans une vision essentialiste. Dans cet article, l'autrice interroge la pratique de femmes dans un sport dit masculin et la pratique d'hommes dans un sport dit féminin (footballeuses et danseurs de haut niveau). Elle analyse les conditions sociales et les modes de socialisation sexuée permettant ce type d'engagement atypique et les conséquences de ces expériences novatrices sur les processus d'identification sexuée. On peut alors se

demander ce qu'il en est dans le secteur du fitness, dès lors que des femmes investissent une pratique d'hommes, la musculation, et les hommes une pratique de femmes, le fitness.

Le cadre d'analyse des rapports sociaux de sexe dépasse la seule distinction entre le *sexe*, de l'ordre du biologique et le *genre*, de l'ordre du social pour rompre avec une vision essentialiste des différences entre les pratiques sociales des hommes et des femmes. Il fait référence à l'affirmation d'une construction sociale des différences ancrées sur des bases matérielles et historiques (Kergoat, 1992). Avec le courant féministe matérialiste des années 1970 (Mathieu, 1991; Guillaumin, 1993; Delphy, 1998), l'étude des rapports sociaux de sexe se fait sous l'angle des rapports hiérarchiques de domination et de pouvoir entre les hommes et les femmes. Le rapport social caractérisant les relations entre les deux groupes aux intérêts antagonistes (Mathieu, 1991). Dans cette perspective, les deux groupes antagonistes élaborent « une grammaire » sexuelle du genre comportemental féminin et du genre comportemental masculin, traduisant ce rapport hiérarchique entre les sexes. Les dispositions sexuées (McCall, 1992) comme ensemble de schèmes de perception, de pensée et d'action propres à une catégorie de sexe sont au principe des « *genderisms* » ou comportements de genre (Goffman, 2002). Ainsi, le fitness, en mettant en jeu le corps semble être un analyseur particulièrement intéressant de ces *genderisms*. Ici le corps devient l'emblème du genre, parce que ces *genderisms* renvoient à l'hexis corporelle, c'est-à-dire des manières corporelles de tenir et d'exercer son corps, socialement interprétées comme féminines ou masculines.

Hommes et femmes se partagent ces espaces et ces pratiques corporelles de ce sous champ professionnel apparemment mixte. L'exploration des pratiques professionnelles permet de souligner les dispositions de genre acquises et mobilisées de manière différenciée. Judith Butler (Judith, 2005) précise que le genre n'est pas un nom, « il est dans le faire ». L'aspect performatif du genre apparaît comme constitutif du métier, et s'intéresser aux professionnel·le·s du fitness présuppose de s'intéresser aux masculinités et aux féminités. Pour cela le modèle de « régime de genre », développé par Connell (Connell, 1987) permet d'appréhender cet espace social. Connell définit le concept de « régime de genre » ou « régime sexuel » comme l'état des rapports sociaux de sexe dans une institution donnée, il existerait donc autant de régimes de genre que de contextes particuliers. L'auteur définit quatre axes d'analyse des régimes de genre :

- « les symboles » ou les modes de représentation,
- « le pouvoir », les formes implicites et explicites de coercition et de consentement physiques et économiques,

- « la main d'œuvre », les mesures liées à la division sexuelle du travail
- « l'investissement », les structures émotionnelles de la sexualité.

Ainsi, pour saisir avec finesse ce qui se joue dans le métier du fitness, il convient de s'intéresser aux hommes et aux femmes du métier mais aussi aux différentes formes de masculinités et de féminités pour comprendre comment se reproduit la domination masculine en créant une asymétrie homme/femme.

Nous précisons masculinités et féminités au pluriel à la façon de Demetrakis Demetriou (2015) qui propose une relecture du concept de masculinité hégémonique de Connell. Il parle de « bloc hégémonique masculin » pour mettre fin à une dualité des masculinités hégémoniques et non-hégémoniques ». Il évoque un aspect plus fluide et dynamique avec des négociations, traductions, réorganisations et adaptations dans de nouveaux contextes. Dans une approche gramscienne du « bloc hybride » il évoque la possibilité pour ce « bloc hégémonique masculin » d'intégrer des éléments contradictoires avec comme intérêt principal la création « d'un espace tiers » (Bhabha, 1991) qui ferait bouger les lignes en créant de nouveaux rapports de pouvoir, des modèles de genre novateurs. Sans oublier que le processus d'hybridation est une stratégie visant à assurer la reproduction du patriarcat. Connell précise que le modèle de « masculinité hégémonique » est plutôt un « idéal culturel » et nombre d'hommes ne se comportent pas de la manière prescrite par celui-ci mais l'alimentent de manière passive en tirant bénéfice de ce qu'elle appelle « le dividende patriarcal » et cette forme de « masculinité complice » (R. Connell, 2014). L'autrice dans son approche conceptuelle de la masculinité hégémonique (« *hegemonic masculinity* ») évoque « l'emphasized femininity » (la féminité accentuée) comme célébrée et culturellement glorifiée. Même si plusieurs féminités existent, le pouvoir est plus concentré entre les mains des hommes ce qui laissent moins de possibilités d'institutionnaliser les rapports de pouvoir au sein de féminités multiples.

En retenant l'aspect flexible et dynamique de ces diverses approches, il apparaît intéressant de se questionner sur les différentes formes de masculinités et de féminités émergent.e.s dans le contexte professionnel du fitness. Identifier les diverses positions occupées dans l'espace professionnel permet de mieux saisir la mobilisation de ces dispositions corporelles et comportementales dans des contextes divers. Dès lors, le genre peut-il devenir une ressource, un capital ? Est-ce que cette ressource participe à renforcer la structure sociale de domination en renforçant les inégalités sexuées ?

En gardant à l'idée que pour maintenir l'existence du champ, les professionnels du milieu doivent se plier aux « règles du jeu », aux règles de la demande en matière économique, il ne faut pas oublier que le « public » a des attentes fortes par rapport à ce qui est classiquement et socialement attribué du côté masculin et du côté féminin. Ainsi, le genre participe à renforcer l'appartenance à sa catégorie de sexe dans ce contexte particulièrement marqué par les normes hétérosexuelles. Les professionnel·le·s doivent plaire et de véritables stratégies de séduction semblent se dessiner pour se maintenir dans le sous champ. Stratégie commerciale mais pas seulement, la séduction prend de l'ampleur et mérite d'être considérée du point de vue de la fabrique du genre et des rapports sociaux. Prémices de la sexualité, la séduction est un lieu de construction du genre (Gourarier, 2011, 2012, 2013b), de ce point de vue Virginie Blum (2013) propose une analyse très intéressante des « hommes qui s'effeuillent » et aborde la notion de masculinité dominée et qui mérite d'être questionnée dans le secteur du fitness. Parler de séduction ne veut pas forcément dire s'intéresser aux pratiques érotiques et sexuelles, mais cela permet d'envisager la construction de modèles de genre ainsi de penser la séduction comme une véritable compétence professionnelle (Hochschild, 2017). Les dimensions corporelles et comportementales du capital de genre (Menesson, 2007a) peuvent ainsi être exploitées et/ou surexploitées dans un sous champ où marchandisation du corps, esthétisation de soi, et hypersexualisation des pratiques corporelles et des pratiques professionnelles sont exacerbées.

Les « règles du jeu » du sous champ semblent particulièrement intéressantes à analyser dans un secteur qui tend à se développer de plus en plus et qui concerne une large part de la population. Ainsi ce travail combine analyse structurelle, approche dispositionnelle et interactionnelle afin de mettre au jour la fabrique du genre chez les professionnel·le·s. Autour des 4 axes d'analyse du régime de genre, les parties de cette thèse s'intéresseront aux points communs et aux divergences entre les professionnel·le·s du point de vue symbolique et des représentations (partie 1), des modes d'engagement et de maintien dans la carrière fitness (partie 2), des modalités spécifiques d'exercice du métier et de la division sexuée du travail (partie 3) et enfin des relations de pouvoir au travers des modalités concrètes d'interactions (partie 4).

2. MÉTHODOLOGIE

2. MÉTHODOLOGIE

Ce travail de thèse s'inscrit dans la continuité du mémoire de Master 2 recherche, obtenu en 2013 à la Faculté des Sciences du Sport et du Mouvement Humain de Toulouse (UT3). L'enquête de terrain s'est enrichie de la rencontre de différent·e·s professionnel·le·s, d'une visite de deux jours lors du Salon Mondial du Body Fitness à Paris en Mars 2018 et d'un relevé ethnographique de trois ans dans les différentes salles de fitness investies. Le niveau micro social de l'enquête éclaire un espace professionnel tout entier. Ce choix méthodologique, expérimenté par ailleurs (Marchetti, 2002; Vera Zambrano, 2012; Fraysse, 2013), permet de saisir « le métier en train de se faire ».

2-1 Présentation

Les centres de remise en forme ou de fitness sont « *un lieu mettant à disposition du public des équipements, un environnement et des prestations d'encadrement visant l'amélioration de la condition physique, de la détente et du bien-être de ses clients* »³. Ces centres proposent des activités classiques : espace musculation, cardio-training, cours collectifs (activités cardiovasculaires chorégraphiées de type step, L.I.A, Hi-low, renforcement musculaire, stretching, ...) et des activités variées liées à la relaxation et au bien-être. L'emploi du *fitness* nécessite une précision dans la définition que je lui attribue tout au long de ce travail de recherche. Aussi de manière générique il regroupe les activités de fitness, c'est-à-dire l'ensemble des activités free-style chorégraphiées (Step, L.I.A, HI.LOW, Cardio-funk, Aérodance®, etc) ou non (Abdos-fessiers, Stretching, renforcement musculaire, Pilates®, Yoga) proposées en cours collectifs, les activités de musculation (musculation esthétique, bodybuilding, HITT, etc) réalisées sur le plateau musculation et les activités de cardio-training (vélo elliptique, rameur, tapis roulant, steppeur, vélo assis, etc). Sont également comprises les activités franchisées Les Mills®, Zumba® et toutes leurs propositions de cours scénarisés³ (Body Pump®, Body Attack®, Body Combat®, Body Balance®, Bike®). Je distinguerai le *fitness athlétique* assez proche d'une pratique intensive sportive et esthétique de la musculation et des cours collectifs, du fitness en tant que pratique visant majoritairement à augmenter la dépense énergétique et donc associée le plus souvent à une perte de poids.

³ Les travaux de Lise Charissou (2019) apportent une présentation détaillée de ces concepts de cours et de leur impact physiologique.

Sur l'ensemble des pratiquants de fitness, gymnastique, musculation soit un quart de la population, on estime seulement à cinq à six millions le nombre de pratiquants inscrits en salle de remise en forme⁴. Pour tout enseignement, animation, entraînement ou simple présence considérée comme encadrement des utilisateurs, l'intervenant rémunéré doit posséder un diplôme d'État⁵, diplôme de niveau IV (baccalauréat). L'organisation de la profession est gérée par le Ministère des Sports, comme pour les autres disciplines sportives, et les diplômes nécessaires à l'enseignement du fitness, de la musculation, de la gymnastique d'entretien sont multiples et ne délivrent pas les mêmes compétences selon les contextes d'intervention. La liste des diplômes reconnus pour exercer l'activité fitness contre rémunération⁵ est détaillée en annexe.

2-2 Rapport à l'objet de recherche : Avoir été « prof de fitness »

Comme pour les enquêtés, il n'est pas inintéressant de contextualiser ce rapport à l'objet de recherche, en commençant par le début et ainsi répondre à la question, « comment ai-je rencontré le fitness ? »

C'est au printemps 1997. Je gagne un bon d'un mois offert dans un club de fitness à Castelnau-le-Lez. A cette époque-là je suis étudiante en Deug STAPS (deuxième année) à la Faculté des Sports de Montpellier. Je suis en option Triathlon et c'est en gagnant une course à pied que j'obtiens ce bon cadeau... Mon parcours universitaire se déroule autour de l'entraînement sportif⁶ et stoppe lorsque je ne suis pas retenue pour un DESS Entraînement Sportif en 2000. A ce moment-là, je cherche ma « voie » professionnelle, je suis la formation du BEESAN et je m'inscris dans une salle de fitness. J'y passerai la plupart de mon temps libre pendant deux ans, enchaînant tous les types de cours chorégraphiés, deux à trois heures par jour, du lundi au samedi.

« *Mais pourquoi tu ne passes le BEES ?* » me disent les « profs » de la salle... et bien oui, pourquoi pas ? Alors je prépare les épreuves de sélection, il faut faire des squats, des tractions,

⁴ Les chiffres concernant le fitness en France ne sont pas très clairs, entre les dossiers réalisés par le Ministère des Sports datant de 2010 et les études indépendantes, en recoupant les informations je suis parvenue à cette estimation.

⁵ La loi 84-810 du 16 juillet 1984, loi Avice, prolongée par celle du 13 juillet 1992, relative à l'organisation et à la promotion des activités physiques et sportives.

⁶ Maîtrise STAPS Entraînement Sportif et Performance Sportive

du développé couché. Pour s'y préparer « *et bien, vois avec Fabrice !* » me disent Monique et Laurie, les deux autres « profs » de la salle.

En 2002, je passe les épreuves de sélection au Creps de Toulouse pour le BEES Métier de la Forme. Je l'obtiens en Juin 2003 et après une année de formation et une première participation au Salon du Body Fitness à Paris, j'enchaîne les conventions et stages de fitness pendant deux ans, avec Guillaume (un des enquêtés rencontrés en formation). Bordeaux, Fontainebleau, Barcelone, Perpignan, La Grande Motte, Paris, je vais y rencontrer les « stars », dit autrement, les personnalités internationales du fitness free style (Lionel Lacolas, Audrey Fourcade, Guillermo Gonzales Vega, Didier Pescher, Ismaël Malabre, Bruno Cuvino, Alain-Patrick Elly et bien d'autres). Par la suite, je travaille (à temps partiel) dans des salles de fitness, des associations, je suis formée en Body Pump®, Body Step® et me rends régulièrement aux « trimestrielles » Les Mills®, en parallèle de la préparation au concours du Capeps. Une fois ma carrière de professeur d'EPS débutée, je maintiens cette activité complémentaire, puis je suis sollicitée pour devenir jury pour le BEPJEPS AGFF qui succède au BEES Métiers de la Forme (suite à la réforme des diplômes du secteur Jeunesse et Sport). Ma carrière de « prof de fitness » prend fin en 2008 avant la naissance de mon fils et la préparation de l'Agrégation interne d'EPS.

Pierre Bourdieu (2014) précise que le/la sociologue se doit d'analyser son propre rapport à l'objet étudié. Le rapport est affectif bien sûr, j'ai pratiqué, enseigné pendant 10 ans et je m'y suis épanouie. Mais ce rapport affectif m'a conduit sur le chemin du questionnement sociologique, et implique une « vigilance épistémologique » (Bourdieu et al., 1968) pour mettre à distance les présupposés vis à vis de l'objet de mon étude.

Faire partie et/ou avoir fait partie du milieu est une variable parmi d'autres, l'enjeu est d'en faire une ressource pour l'enquête. Elle permet de gagner en crédibilité auprès des enquêté·e·s et/ou de rentrer en contact plus facilement avec les professionnel·le·s, en étant considérée comme une ancienne collègue, un membre du jury ou en ayant suivi la même formation avec les mêmes formateur·rice·s. Elle est un marqueur d'appartenance au milieu et assure une certaine légitimité professionnelle. Cette proximité avec le terrain d'enquête est également mise en avant dans d'autres travaux, par exemple Mélie Fraysse (2013) explique comment sa participation au Roc d'Azur (le grand évènement français des pratiquant·e·s et professionnel·le·s de VTT) et sa blessure lors de sa pratique du VTT, ont permis de débloquent des situations d'enquête avec les directeurs de rédaction des revues qu'elle souhaitait interviewer. Fleur Bonnemaïson (2018) dans un autre registre, précise qu'être amatrice et

pratiquante de randonnées facilitera l'installation d'un climat de confiance lors de son enquête tout comme Lise Charissou (2019).

2-3 Méthodes de recueil des données

Les entretiens biographiques révèlent un discours produit à un moment donné dans des circonstances précises, si celui-ci paraît réducteur, « il ne rend pas compte de l'ensemble des potentialités sociales de la personne interrogée », il n'est pas pour autant « vide de contenu, dénué de sens » (Grelon, 1978, p.61). Aussi dans la lignée des travaux de Christine Mennesson (2007) et afin de comprendre les significations sociales des mises en jeu corporelle, allier entretiens biographiques et enquête ethnographique pour évaluer l'état des rapports sociaux de sexe dans un contexte donné permet de confronter les discours sur soi aux pratiques effectives.

2-3-1 Le langage, comme « voie d'accès au social »

La production du discours sur soi n'est pas sans poser le problème de « l'illusion biographique » décrit par Bourdieu (Berger & Luckmann, 1986). Néanmoins, Didier Demazière et Claude Dubar (Demazière & Dubar, 1997) précisent que le langage paraît une des meilleures voies d'accès au social. Le social, dans sa signification et son organisation, y prend forme. Le langage n'est pas qu'un ensemble de signes ou un système de symboles. C'est une activité sociale qui produit les « conceptions du monde ». A ce titre la parole, comme le précise Olivier Schwartz (1990) est « décisive sociologiquement et riche d'indications quant aux chemins du symbolique. » (p.183).

Le recours aux entretiens biographiques comme méthode de recueil des données apparaît ainsi pertinent pour accéder « au monde » de l'enquêté-e , « auquel on n'a que très partiellement accès » (Schwartz, 1990, p.180). Ce monde rend compte de points de vue personnels sur les situations vécues. Même si raconter revient à choisir des fragments, les insérer dans une histoire qui ont un sens, cela permet de dire le monde dans lequel on vit, on a vécu, qui est aussi le monde auquel on croit, « son monde » (Berger & Luckmann, 1986). Ces réalités jugées « subjectives », précise Bernard Lahire, sont aussi objectives que celles qui se caractérisent par un fort degré d'objectivation sociale : les idées, les opinions se matérialisent dans des discours et des pratiques (Lahire, 1998, p. 231).

Olivier Schwartz (Schwartz, 1990) précise que l'illusion biographique mise en avant par Bourdieu prend au moins trois formes différentes. D'abord « l'illusion téléologique » incite le

narrateur à « surestimer la cohérence intentionnelle de sa vie » et recompose l'ensemble « comme une totalité motivée par des fins, des buts, un vouloir » (p.174). Puis « l'illusion d'ipséité » plus profonde renvoie au principe unificateur « de la réalisation progressive d'un projet, ou de l'enchaînement simple des causes et effets selon une rationalité chronologique transparente » (p.175).

Serge, un enquêté, se rapproche de ces deux formes de l'illusion biographique, avec des réponses particulièrement longues, organisées chronologiquement, tel le déroulé d'un récit méthodique, organisé, structuré, il aborde d'ailleurs les points de la grille d'entretien avant que les questions soient posées. Cet aspect déroutant de prime abord nécessite de revenir sur certains points de manière détournée, de reformuler des questions afin de déjouer en situation « la projection dans l'extériorité d'une subjectivité agissante » (Schwartz, 1990).

Et enfin l'illusion du « propre » consiste pour Schwartz à se raconter, c'est-à-dire « se reconnaître, c'est donc se fabriquer une vie « personnelle », une altérité échappant de quelque manière à l'anonymat, c'est penser son histoire comme une création originale portant la signature de ce que l'on croit « être » et « posséder » singulièrement, « en propre » (p.175). Retrouvée dans les entretiens, les formules « *je pense que j'ai un parcours très atypique (rires)* » (Maurice) ou « *tu vas voir le parcours, je ne pense pas que tu en auras deux comme moi* » (Alain) témoignent de cette façon de penser et produire un récit unique.

Les conditions qui créent ainsi le « baroque » des entretiens sont soulignées par Schwartz lors de ces travaux sur la condition ouvrière du Nord. La recherche de mots justes, les hésitations intrinsèques à la mise en cohérence de l'histoire racontée, les tâtonnements inhérents à la recherche de la signification et la quête de sens en sont les caractéristiques. Par ailleurs, l'immersion et l'importance de l'interconnaissance instaurent des relations et une écoute différente, moins « contrôlée », entre enquêté·e·s et chercheur·euse·s. Par ailleurs, « le fait que l'entretien se déroule à un moment précis » permet de mettre au jour « les incertitudes », « les écarts à la norme », « les tumultes d'une vie » (p.178). Ceci me fait penser à Bertrand, et cette note du carnet ethnographique prise à la fin de l'entretien « *l'échange est très riche, Bertrand est surpris de s'être autant livré et me remercie en me disant que cela lui a fait « énormément de bien », que cela est tombé « au bon moment, dans un moment où justement je me pose beaucoup de questions » et me demande de le tenir au courant de la suite de mes travaux* ».

La relation enquêtrice/enquêté·e paraît donc complexe parce que la plupart des entretiens sont uniques, peu de fois je me suis rendue sur le terrain à plusieurs reprises, mais cela n'a pas empêché de créer les conditions favorables d'un échange de qualité. Lorsque cela a été possible, j'ai pris contact sur place pour convenir d'un rendez-vous pour un entretien, ceci constituant

une première rencontre. D'autres fois, j'ai pris contact par téléphone pour établir cette rencontre. Et de manière plus rare, c'est au cours de la participation observante, lors d'un temps long de rencontres régulières que j'ai pu réaliser les entretiens avec les enquêté·e·s. Dans ces conditions, la relation est « assouplie », « déritualisée » et permet de passer à des niveaux plus « intimes » et « privatisés » de l'existence et de se trouver là, au cours de « moments porteurs » (Schwartz, 1990). Je pense ici aux entretiens réalisés avec Sandrine et à « l'urgence, pour le narrateur de s'expliquer sur et avec ce qu'il vit, déclenche le récit et l'emporte de façon parfois torrentielle ; c'est alors, bien souvent, que les tumultes d'une vie sont évoqués de la façon la plus concrète, la plus circonstanciée (...) » (Schwartz, 1990, p. 179). Durant le deuxième entretien, Sandrine s'excusera de pleurer et de se laisser emporter par les émotions, « *excuse-moi (...) ça remue à chaque fois* », me dit-elle alors que je lui propose un kleenex.

Au total, 26 entretiens biographiques ont été réalisés avec une durée moyenne de 2 heures 22 minutes, le plus court ayant duré 55 minutes, le plus long 3 heures 23 minutes. Ils se sont déroulés dans les salles de fitness donc sur le lieu de travail pour tous les entretiens et certains ont été complétés autour d'un verre dans un café.

2-3-2 « Participation observante » : le corps et ses usages

Plutôt que de parler d'observation participante, il semble plus pertinent d'évoquer, à la façon dont Loïc Wacquant le souligne, une « participation observante » (Wacquant, 2000). Ce choix réside dans un aspect réflexif autour des méthodes de recueil des données. L'expérience pratique en tant que jury pour le BP AGFF, m'a permis de me rendre compte des effets d'une observation de cours de fitness et/ou d'encadrement sur le plateau musculation. Dans ces conditions, placée dans le rôle d'une évaluatrice au fond de la salle de cours collectif, avec une grille d'évaluation en main, l'observateur participe bien souvent à modifier la situation professionnelle. Aussi, le statut de pratiquante m'a paru plus judicieux pour vivre pleinement les situations professionnelles.

Le danger réside dans ce que Wacquant (2000) nomme un engagement « corps et âme », « pour tirer plein parti de l'ethnographie, le sociologue de terrain doit s'attacher à exploiter et à thématiser le fait que, comme tout agent social, il en vient à connaître son objet *par corps* ; et il peut décupler sa compréhension charnelle en approfondissant son insertion sociale et symbolique dans l'univers qu'il étudie » (Wacquant, 2015, p. 245). Wacquant défend ainsi une sociologie à *partir* du corps que nombre d'autres chercheur·euse·s ont également expérimenté. L'écueil majeur de celle-ci serait de tomber dans une subjectivité émotionnelle, l'auteur

rappelle la position de Bourdieu à ce sujet, « plutôt que de vous laisser naïvement embrasser et construire par lui. Allez-y, devenez indigènes mais revenez-en sociologues ! » (Wacquant, 2015, p. 117). Objectiver cette expérience et construire l'objet d'une recherche tel est l'enjeu de l'enquête, aussi avoir mis fin à cette carrière fitness avant de débiter ce travail sociologique représente un certain avantage. « Avoir été prof de fitness » est à ce titre une variable à prendre en compte, et une ressource pour mettre à distance le sous champ, les représentations du « métier » et de l'ethos professionnel. Les travaux d'Isabel Boni Le Goff (2013), de Charissou (2019), de Sarah Nicaise (2015) mettent en évidence ces tensions inhérentes aux chercheuses dans la conduite de leur enquête. Avoir été experte en conseil, ou être engagée dans le sous champ étudié (Les Mills® pour Charissou ou le militantisme pour Nicaise) au moment de la recherche participe à une socialisation particulière qui nécessite de déconstruire les interactions et les expériences sociales induites afin de différencier sociologie et engagement (Nicaise, 2015). Cette déconstruction permet ainsi d'accéder à la compréhension, « comprendre, c'est comprendre d'abord le champ avec lequel et contre lequel on s'est fait » (Bourdieu, 2014, p.15). Aussi, au-delà du langage et du discours reconstruit à posteriori par les enquêté·e·s, la « participation observante » permet de mettre en relation et de confronter ce dernier aux pratiques professionnelles et aux usages du corps dans un sous champ dont le corps est l'enjeu.

La participation observante s'est déroulée en plusieurs temps toujours en tant qu'adhérente. Pendant 2 mois au sein de ForméO, j'ai pu effectuer 30 heures de pratique et d'observation sur les cours chorégraphiés et sur le plateau musculation. Dans un 2^{ème} temps, sur deux années, je me rends régulièrement (une à deux fois par semaine) à Fit'Form, j'y prends le déjeuner dans l'espace convivialité et pratique en cours collectifs et au sein de l'espace cardio training musculation. Enfin, durant deux périodes de six mois, je me rends deux fois par semaine chez Nathalie à Zen Studio pour pratiquer. Avec ces trois salles, j'effectue un relevé de terrain au sein de salles très différentes : fitness industrialisé, au sein d'une grande salle locale ; fitness traditionnel dans une salle franchisée et enfin fitness « soft » dans une petite salle indépendante. Le carnet de terrain sert à relever des observations sur les professionnel·le·s dans les différents contextes (accueil, vente, encadrement des client·e·s en musculation, en cours collectifs). Le relevé de terrain est organisé autour de trois thèmes, à la façon d'Anne Marie Waser et de ses travaux sur les clubs de tennis (1989).

L'organisation de la salle de fitness : le type de salle et la taille de la structure, sa localisation géographique, les équipements spécialisés (appareils de musculation, salle parquet, salle de biking, sauna, U.V.A, Spa, coin snack ou restauration/bar, point accueil), le choix des matériaux

et le style de la salle, la décoration et l'ambiance générale qui s'en dégage (zen, street, traditionnel, standing) et le planning des cours (flyers, affichages, prospectus).

Concernant les enquêtés·e·s, j'ai consigné les informations relatives à leurs styles vestimentaire, l'usage professionnel des corps, les hexis corporelles, la gestuelle utilisée, le vocabulaire, la mise en scène et le façonnage des corps, les gabarits. J'ai également noté des informations à propos du déroulement de l'entretien, des prises de contact, et des ragots de commérage hors micro.

Enfin, j'ai également analysé les stratégies de communication, autrement dit j'ai récupéré les plaquettes publicitaires (qui vont d'une simple feuille A4 monochrome avec une grille de cours collectifs, à des formats plus petits imprimés sur des papiers glacés et colorés), visité les sites internet, observé la présence sur les réseaux sociaux et la « vie » de ces pages internet (commentaires, nombre de « j'aime », nombre de publications), la communication et publicité faite pour la salle (journaux locaux, panneaux publicitaires grands formats)

Ce relevé de terrain a été fait à l'échelle d'un département plutôt rural, les Landes. Parler de fitness en milieu rural implique de préciser ce qui est entendu comme « rural ». Le département des Landes est un département très étendu et disposant de vastes zones avec une faible densité de population. Celle-ci se concentre sur la côte landaise au sud et au nord. Entre, deux grandes villes, Mont de Marsan (préfecture) et Dax (sous-préfecture) se partagent une forte (mais relative) densité de population qui augmente exponentiellement de manière saisonnière. Le caractère rural du département peut donc être associé au faible développement des grandes agglomérations et aux infrastructures qui y sont associées, à l'absence de ville universitaire, au faible développement du réseau ferroviaire et routier qui enclave le département. Sans aller plus loin dans la définition de la ruralité, l'objectif est ici de mettre en tension le niveau micro (le département) et macro (le Salon Mondial du Body Fitness) social, de distinguer les stratégies globales/mondiales de celles mises en place au niveau local et d'en cerner les éventuels liens. Le changement d'échelle d'observation ne donne pas accès aux mêmes réalités sociales et pose le problème de leur articulation souligne Bernard Lahire (1996), mais leur utilisation simultanée donne une vision plus globale des phénomènes sociaux (Mennesson, 2007).

Les salles de fitness se répartissent de manière très hétérogène sur l'ensemble du territoire (relativement vaste et assez peu urbanisé autour de grandes agglomérations) Elles se

concentrent⁷ surtout autour des plus grandes agglomérations du département (53000 habitants autour de Mont de Marsan et Dax en 2018) et à proximité de la côte landaise (sud et nord). La particularité du département réside dans le faible nombre de salles franchisées sur le territoire, elles sont en large majorité des salles de remise en forme indépendantes⁸. Selon la presse spécialisée, le magazine Fitness challenge (2018), les franchises représentent 1393 clubs sur une estimation de 4600 clubs en France, soit environ 30 % du marché.

Le choix d'investigation porte sur les structures proposant des activités de fitness traditionnelles, c'est-à-dire des cours collectifs chorégraphiés ou non, disposant d'un plateau de musculation. Ces prestations d'enseignement qui y sont délivrées semblent les plus représentatives de l'activité *fitness*. A ce titre, les centres de balnéothérapie, les salles « low cost » ne disposant d'aucun service d'encadrement (libre accès aux appareils de cardio-training et de musculation), les salles de Cross Fit®, ou les salles proposant exclusivement un plateau de musculation ont été exclues de l'enquête (elles sont très peu représentées sur le territoire à ce moment-là).

Au moment du relevé de terrain le département comptait 26 salles de remise en forme que j'ai toutes contactées, et seules 3 demandes d'entretien n'ont pas abouties. Il faut savoir que le secteur de la remise en forme est une activité très fluctuante, des salles ouvrent, ferment, sont transformées très régulièrement. J'ai pu enquêter auprès de 17 salles, j'ai donc rencontré 10 couples : privés, professionnels ou/et les 2 ; 15 hommes et 10 femmes gérant·e·s ou co-gérant·e·s, salariés, auto-entrepreneur·se·s, ce qui rend compte de la pluralité des statuts au sein de la profession. En grande majorité, ces professionnel·le·s travaillent en couple, dans 9 des 17 salles enquêtées. Il·elle·s sont 18 à travailler selon cette modalité et sous différentes formes : couples mixtes ou non, couples privés et/ou professionnels.

2-3-3 Le Salon Mondial du Body Fitness à Paris

Le salon du Body Fitness est un salon international. Il se déroule à Paris tous les ans et représente un événement majeur pour la communauté Fitness. L'offre y est variée, 3 niveaux se partagent le fitness et ses produits dérivés. Un premier espace est dédié aux démonstrations de musculation, défis sportifs et à tous les produits du fitness : compléments alimentaires,

⁷ Au moment de l'enquête de terrain, entre 2013 et 2018. Depuis, 2020 le nombre de salles a augmenté considérablement avec le développement en masse de la franchise Fit'Form dans les territoires ruraux et les salles low cost.

⁸ A l'inverse des indépendants, les salles franchisées disposent d'une « enseigne » nationale gérant les modalités de communication, management, marketing. Les indépendants paraissent plus libres dans l'organisation et la gestion de leur salle (activités proposées et modalité de gestion et de développement de la salle).

vêtements, etc. Le 2^{ème} niveau regroupe les grandes marques de matériels, les concepts franchisés, les innovations techniques et technologiques. Cet espace est clairement réservé aux investisseurs d'ailleurs l'ambiance y est complètement différente : à une musique tonitruante où les corps dénudés se mêlent à l'odeur de transpiration se substituent costards-cravates, tailleurs/talons-aiguilles avec une musique douce et conférences de management.

Un dernier espace est dédié aux « conventions » c'est-à-dire aux cours collectifs à grande échelle (200-300 participants voir plus) avec concepts franchisés (espace Les Mills®) et free-style. Ces cours collectifs de fitness géants sont réalisés pour les pratiquant·e·s et/ou professionnel·le·s par des « stars » internationales. Ici il s'agit d'un véritable show pour les passionnés du fitness et/ou les professionnel·le·s de la communauté.

Lors de cette visite sur deux jours où se tenait le Salon, j'ai pu visiter tous les niveaux, effectuer des observations et assister à des évènements plus ou moins « spectaculaires ». L'un des évènements rappelle celui relaté par Mélie Fraysse (2013) « médusée » lors de son enquête de terrain au Roc D'Azur. De manière similaire à la venue des modèles féminins du calendrier érotique publié par certaines revues VTT pour une séance de dédicaces, lors de cet évènement, au Salon du Body Fitness, ce sont les modèles féminins et masculins, égéries des marques professionnelles, dévêtu·e·s sur les stands qui font le « buzz » médiatique (ce jour-là début mars, il neigeait à Paris, la température à l'extérieur du Salon et à l'intérieur présentait donc une grande variation ... nécessitant pour les « athlètes » de se dévêtir tout comme d'ailleurs nombre de visiteur·euse·s).

« J'assiste à une scène de liesse où des athlètes de musculation esthétique, hommes et femmes, montent sur un comptoir (stand de vente de protéine bio et végan). Les hommes sont torse nu avec un short mi-cuisse, les femmes en short court et brassière, il-elle-s sont très bronzé·e·s, très stylisé·e·s corporellement. Le public est attroupe devant, les personnes essaient de prendre des photos, d'attraper un bidon de protéine qui est jeté en cadeau parmi d'autres ... je reste un long moment à filmer cette scène de parade sexuée. »

Extrait du carnet ethnographique, Mars 2018

Lors de ce temps au Salon, j'ai récupéré des magazines et affiches qui font partie du corpus de données. Toutes ces informations n'ont pas été traitées mais elles permettent d'obtenir des informations qui ont été exploitées, notamment les photographies des personnalités représentatives du fitness qui ont servies au travail d'analyse des modèles de genre

internationaux (morphologie, stylisation vestimentaire, accessoirisation, tatouages, coiffure, usages du corps professionnels).

2-3-3 Le contexte d'entretien

2-3-3-1 Incarner une chercheuse, une professionnelle, les 2 ?

La catégorie de sexe du chercheur pouvant avoir une incidence sur le déroulement de l'entretien (Ghiglione & Matalon, 1998), tout comme la mise en scène du genre (Gourarier, 2011) comme le relèvent divers travaux (Boni-Le Goff, 2013; Fraysse, 2013), ce point mérite d'être questionné pour préparer les entretiens. Aussi, il semble nécessaire de réfléchir son style vestimentaire, et/ou la mise en scène de soi lors des rencontres avec les enquêté·e·s (Gourarier, 2012; Boni-Le Goff, 2013; Fraysse, 2013; Bonnemaïson, 2018). Tour à tour et en fonction du déroulement de l'entretien ou des interactions avec les professionnel·le·s il s'agit de se présenter et d'incarner une ancienne professionnelle du fitness et/ou une chercheuse. Ce qui a été aussi le cas lorsque dans mon quotidien de professeure d'EPS, à l'issue de ma journée d'enseignante en tenue de sport, j'allais réaliser des entretiens biographiques.

Cette posture (ancienne collègue/chercheuse) semble varier selon les enquêté·e·s en fonction d'un critère majeur : la confidentialité des données. En effet, il a été nécessaire de rassurer les plus réticent·e·s des enquêté·e·s sur l'anonymisation de l'enquête et le caractère scientifique de l'analyse des données. Pour exemple, je note dans mon carnet de terrain suite à l'entretien avec Serge : *« il me pose de nombreuses questions pour savoir pourquoi je le sollicite et connaître l'aboutissement de la démarche : « mais qu'est-ce que vous allez faire avec cet entretien, qu'allez-vous faire de mes propos ? ». Je le rassure du point de vue déontologique sur les méthodes de recherche et nous convenons d'un rendez-vous pour une matinée »*. Cet extrait illustre les façons dont le discours est collecté, particulièrement dépendant de ces conditions de production.

A ce sujet, la grille d'entretien construite en amont ne sert que de guide, d'aide-mémoire pour ne rien oublier. Stéphane Beaud (1996) précise que celle-ci doit être construite de façon à mettre l'enquêté·e en confiance, pour pouvoir ensuite aborder des points plus délicats, intimes, « l'inscription de l'entretien dans un temps long permet qu'il se déroule, non pas selon un ordre déterminé, mais en obéissant à un certain nombre de phases : la première correspond à une sorte de round d'observation entre les interlocuteurs, qui leur permet de faire connaissance, de briser la glace, de se jauger. Ensuite, une fois la situation d'entretien définie, celui-ci prend un rythme

de croisière ; [...] lorsque l'entretien touche à sa fin, tout se passe comme si l'enquêté, sentant approcher la fin de l'échange, ressentait le besoin de se confier, de révéler au dernier moment des choses qu'il aurait par la suite regretté de ne pas avoir dites. » (Beaud, 1996, p. 249).

La question de départ constitue en ce sens le « contrat initial de communication » (Ghiglione, 1986), c'est pourquoi j'ai toujours commencé mes entretiens par « et bien si on commençait par visiter votre/ta salle ? », une manière de participer à la reconnaissance du travail de création d'entreprise, présenter « sa salle » est constitutive d'une certaine fierté de la part des enquêté.e.s. « Comment tu en es venu.e au fitness ? » peut également constituer une phrase introductive pertinente.

2-4-2 Les couples, une spécificité des entretiens

Lors du recueil des données, les enquêtés se sont révélés, pour la majorité d'entre eux, en couple privés et professionnels ou uniquement professionnels. Cet aspect atypique m'a permis d'effectuer des entretiens à deux, puis à un.e, avec intervention de l'autre, des entretiens successifs qui questionnent et participent à configurer ce recueil de données original.

Par exemple, lors de l'entretien de Jérémy, sa compagne nous rejoint après environ une heure d'entretien (ils habitent au sein de la salle de fitness), à ce moment les réponses de Jérémy deviennent beaucoup plus courtes. Au premier contact, sa compagne vient s'asseoir derrière le comptoir et semble effectuer une vérification, puis elle s'immisce dans la conversation en toussotant sur certaines réponses. Je prends donc le parti de lui poser aussi des questions et de participer en tant que compagne et pratiquante de musculation. Cet aspect confirme que la catégorie de sexe de la chercheuse n'est pas neutre, et dans ce cas, la compagne de Jérémy vient subtilement se positionner et montrer sa présence.

Dans un registre très différent, Serge dissimule une légère opposition à ma demande d'entretien avec sa collègue qui est son ex-femme, « *je ne sais pas trop ce qu'elle va vous dire de plus que moi* ». Je sens bien sa réticence, à plusieurs reprises il manifeste son incompréhension à laquelle j'argumente, « *toutes les histoires sont différentes* » « *comme les points de vue* » et « *cela m'aiderait beaucoup pour mes recherches d'avoir aussi le récit de son parcours* ». Hésitante sous le regard de Serge, Nicole accepte et me propose un rendez-vous un autre jour. Lors de son entretien, Nicole est souriante mais pas très expansive. Ses réponses sont courtes souvent par oui ou non et me demande souvent de reformuler. Parfois, je n'obtiens pas vraiment de réponses à mes questions mais quelques évocations. Je passe donc rapidement sur certains points. Puis, lorsque sa parole se délie, j'en profite pour reposer mes questions sous une autre

forme. La présence de Serge est importante dans ses réponses. Elle n'a que peu de temps à accorder à notre entrevue. Nous sommes interrompues par un coup de téléphone (prise de rendez-vous). L'entretien se déroule dans un climat détendu, je fais beaucoup d'humour pour faciliter le déroulement de l'interview et mettre Nicole à l'aise. Elle me confie un passage délicat de sa vie, son combat face à la maladie, je comprends alors pourquoi le début de l'entretien se déroule dans ce climat « distant ». Les traces de leur couple professionnel et privé sont palpables durant les entretiens, lorsque l'un parle de l'autre et lors des différents contacts que nous avons tous les 3.

Lors de l'entretien avec Baptiste et Laura, elle est assez tendue et m'indique qu'elle ne sait pas trop quoi dire, alors elle demande à Baptiste de venir, nous commençons l'entretien à 3. Au fur et à mesure de l'entretien, les réponses sont systématiquement disputées entre eux ce qui rend difficile la compréhension des réponses. Il semble en opposition sur quelques points, je leur propose alors de les entendre l'un après l'autre. Lorsque je termine avec Laura et me déplace dans la salle avec Baptiste, Laura nous suit et intervient plusieurs fois pour commenter quelques réponses de Baptiste à distance.

Ces notes prises dans le carnet ethnographique à l'issue des entretiens et relatées ici montrent bien qu'un entretien biographique de couple n'est pas évident mais permet de saisir des fragments de la sphère privée. A ce sujet Schwartz (1990) souligne, « la sphère privée dissimule, il est vrai, bien des solitudes ; elle abrite bien des comportements possessifs, conformistes ou sécuritaires. Mais elle peut aussi fonctionner comme principe d'utopies et de valeurs positives. Parce qu'elle est un lieu possible pour l'écart à la norme, elle contribue à augmenter les réserves d'expression et d'autonomie des individus, en même temps qu'à susciter chez eux ce « souci de soi » qui est l'une des dimensions de l'éthique. Il y a en elle des éléments d'acculturation dont il vaudrait la peine de réévaluer positivement l'apport dans la perspective même d'une reconstruction de la vie publique » (p.182).

Pour les couples uniquement professionnels et composés d'hommes que nous avons rencontrés, la présence de l'autre ou son absence, impacte également le déroulé des entretiens. Je pense à ceux réalisés avec Florent et Benoît. Lors de mon premier passage à la salle pour prendre contact, les deux sont présents et c'est avec Benoît que j'échange majoritairement, Florent restant davantage en retrait. De prime abord très réservé, il se prête cependant volontiers à l'exercice. L'entretien se déroule dans une ambiance détendue, nous arrêtons car Florent doit délivrer un cours. Nous fixons un deuxième rdv pour terminer l'entretien, il prend le temps de

répondre aux questions, est assez spontané et parle souvent de Benoît. Lors de l'entretien avec Benoît nous plaisantons beaucoup, l'ambiance est détendue. Il parle aussi souvent de Florent et ne répond pas toujours directement aux questions. Je dois m'y reprendre plusieurs fois pour obtenir une réponse claire, Benoît est assez directif, ses réponses se dispersent rapidement et même si j'interviens pour préciser la question il n'est pas toujours complètement à l'écoute. Il y a beaucoup de répétitions dans ce qu'il dit. Au final, nous avons discuté pendant un peu plus de 3h, dès le retour de Florent à la salle (en pause) il stoppe instantanément l'entretien qui était de toute façon terminé.

Pour Marc et Bertrand (deux frères), l'entretien se déroule également dans une très bonne ambiance, le premier entretien est relativement long, Bertrand est assez bavard, Marc reste en recul puis s'immisce dans la conversation. Plusieurs fois, Bertrand me dit « *vous verrez avec mon frère, je pense qu'il vous dira la même chose* ». Je note une grande complicité entre les deux frères mais lorsque les deux répondent à mes questions ils ne sont pas toujours du même avis. Et je préfère leur demander de faire l'interview l'un après l'autre, même si au préalable je laisse un moment d'échange à 3, pour obtenir quelques comparaisons. En effet, Bertrand, l'aîné, montre davantage de certitudes dans son discours, les aller-retours dans l'entretien entre les deux sont fréquents. Alors que j'avais commencé avec Bertrand, Marc resté à l'accueil tend l'oreille, se sachant entendu Bertrand l'invite parfois à répondre en disant « *comme ça, ça sera fait* » comme si l'un avait besoin de l'aval de l'autre pour légitimer certaines réponses. Un peu plus tard, Marc délaisse l'accueil pour l'encadrement des client·e·s en plateau musculation, nous continuons à discuter avec Bertrand durant plus de 3 heures. Je fixe alors un autre rendez-vous pour revenir voir Marc et réaliser son entretien.

Ces configurations de couple mettent au jour assez subtilement des rapports de pouvoir au sein des échanges, les prises de paroles interrompues, successives, qui infirment ou approuvent les réponses de l'autre sont autant de signes et de traces des rapports sociaux de sexe (et des hiérarchies au sein d'une même catégorie) qui se jouent au sein de la sphère privée et/ou professionnelle

2-5 Les données et leurs traitements

L'analyse des entretiens s'est faite autour de plusieurs thématiques recoupant les éléments abordés dans les entretiens : la socialisation familiale, sportive, sexuée, scolaire, les conditions de conversion d'une pratique en profession, les trajectoires sociales, la carrière fitness, les

modalités d'exercice du métier, les modes de socialisation professionnelle, le style de vie, la socialisation conjugale, les rapports aux normes de genre, la fabrique du genre professionnel, le positionnement économique dans le sous champ.

Afin de faciliter la lecture et la compréhension de la thématique de ce travail, j'ai choisi de regrouper l'analyse des résultats en deux groupes : les enquêtées femmes et les enquêtés hommes. Repérer les différences et les régularités intra individuelles prend sens au cœur de la catégorie de sexe et permet une analyse et une objectivation des résultats inter catégorielle. Il ne s'agira pas de proposer une opposition entre deux catégories homme/femme dans une lecture simpliste et binaire d'un champ du social, mais bien de comprendre les contraintes de ce régime de genre spécifique qui pèsent sur les professionnel·le·s de manière différente. C'est pourquoi dans la présentation les résultats sont présentés successivement pour les deux groupes afin rendre saillant·e·s les différences et/ou les points communs.

2-6 Limites et perspectives méthodologiques

Nécessairement dans l'apprentissage, il y a des échecs, des écueils et ici dans cette acculturation spécifique aux techniques et usages des méthodes de recherche et de recueil de données, j'ai éprouvé ce qui est qualifié de « biais » méthodologiques. Prise dans le flux de l'entretien, de ses relances, des reformulations, des attentes et du ressenti, il a fallu gérer l'inattendu, l'incertitude, les doutes et les oublis, « *Michel me presse à enchaîner les questions « ensuite », « après », et me lance un « c'est tout » à lorsque je n'ai plus de questions à poser, l'entretien aura duré 55 minutes, c'est le plus court réalisé. L'ambiance est donc à la hauteur des réponses et des échanges courts et distancés* » (extrait du carnet ethnographique). Ce qui rend frustrant plus tard à l'analyse ces oublis, ces manques, je pense ici à l'origine sociale de deux enquêtées qui a été oublié lors des entretiens et n'a pu être recoupée par d'autres informations que de manière supposée. Il y a, dans les entretiens, la possibilité d'obtenir des résultats non représentatifs (Beaud, 1996), et il convient d'en assumer leur émergence. Aussi, les données issues de certaines rencontres et entretiens biographiques ne sont pas systématiquement utilisées pour tous les chapitres. Par exemple Sabine, Michel et Maurice en tant que gestionnaires de salle de fitness sans être gérants-polyvalents n'ont que peu d'intérêt dans certains aspects de l'analyse.

Pour finir avec cette mise en perspective méthodologique, j'ai poursuivi à la façon des travaux de Mennesson (2007) et Fraysse (2013) la mobilisation des informations obtenues hors micro pour « confronter les discours aux trajectoires objectives » (Mennesson, 2007a). Le terrain de

l'enquête m'a facilité cet usage, l'importance des ragots et de « leader de commérage » (Elias & Muel-Dreyfus, 1985, p. 25) pour affiner la compréhension de la dynamique du sous champ et du positionnement des salles les unes par rapport aux autres. En effet, à l'échelle du département et des villes, certain·e·s enquêté·e·s ont débuté leur carrière dans une salle avant d'être débauché·e·s ailleurs ou d'ouvrir leur propre salle de fitness. Ceci a permis, souvent, de faire parler les enquêté·e·s sur d'autres enquêté·e·s et ainsi de confronter les discours officiels et les pratiques officieuses.

PARTIE 1

LE CHAMP DU FITNESS : UNE ÉCONOMIE DES BIENS SYMBOLIQUES MARQUÉE PAR LES STÉRÉOTYPES DE GENRE

« Penser la différenciation sociale implique de reconnaître à l'œuvre, au sein du monde social, des processus de constitution de microcosmes (appréhendés en tant que mondes, sphères, sous-systèmes ou champs). Cela impose aussi d'admettre non seulement la diversité réelle des types de microcosmes, mais aussi la variété des intérêts de connaissance qui amènent « à découper » différemment les contextes pertinents dans lesquels les acteurs doivent être réinscrits si l'on veut rendre compréhensible telle ou telle dimension de leurs actions », Lahire (Lahire, 2012, p. 233). Les différentes approches théoriques amènent à des visions différentes du monde social qui peuvent être complémentaires, aussi le concept de « champ » n'est pas applicable à tous les microcosmes. Dans sa conceptualisation, Pierre Bourdieu (Bourdieu, 1991a) se sert de la notion de champ pour décrire l'espace social, entendu comme des sphères de la vie sociale. Au fondement de l'espace social, les champs se sont autonomisés en définissant un enjeu propre à chacun, mais présentent des similarités de structure et de fonctionnement. Le champ est envisagé comme un espace de positions et de relations des agent·e·s qui s'organisent autour d'enjeux spécifiques. Ces agent·e·s ont des positions différentes et luttent pour s'approprier le capital spécifique inégalement distribué, c'est la possession de ce capital spécifique qui détermine la position à l'intérieur du champ.

Dans sa relecture critique de la théorie des champs, Bernard Lahire (Lahire, 1999a) précise que certaines activités ne s'inscrivent pas dans des champs, mais que les champs « correspondent assez bien aux domaines des activités professionnelles (et/ou publiques) et particulièrement aux activités professionnelles et/ou publiques comportant un minimum de prestige (capital symbolique) et pouvant s'organiser de ce fait, en espace de concurrence et de luttes pour la conquête de ce prestige » (1999, p.35). Le fitness semble donc bien correspondre à un champ (Bessy, 1990) puisque l'on peut identifier une forme de capital symbolique et spécifique qui positionne les salles les unes par rapport aux autres.

Ce sous champ du sport que constitue le fitness dispose d'une autonomie relative, le marché économique n'échappe pas aux différents champs, « la logique économique est omniprésente à un degré ou à un autre » (Lahire, 1999, p.32). Cependant, pour aller plus loin comme le suggère l'auteur, il semble nécessaire de s'intéresser aux agents du champ dans leurs activités professionnelles mais aussi dans d'autres cadres sociaux publics ou privés, durables et éphémères. Leslie Mac Call (1992, citée par Lahire, *ibidem*, p.37) propose une adaptation féministe du modèle de Bourdieu à partir des travaux de Sandra Harding (Harding, 1986). Elle

souligne que chez Bourdieu « la structure sociale (...) est définie par les professions et les capitaux qui leur sont associés », aussi pour ne pas « désincarner le champ de forces et de luttes » (p.43), la prise en compte des pratiques sociales des hommes et des femmes qui contribuent à sa définition professionnelle et publique est intéressante. Cette perspective nous semble d'autant plus importante dans le cadre de notre terrain pour deux raisons. D'une part, l'étude porte des professionnel·le·s pour lesquels la frontière entre vie professionnelle et vie privée n'est pas clairement délimitée. D'autre part, de nombreux·euses enquêté·e·s travaillent en couple, ce qui contribue également à effacer les frontières entre public et privé.

Cette précision étant apportée, il semble particulièrement intéressant de proposer cette analyse pour comprendre la diversité des salles et des pratiques au niveau local, le département des Landes, et national, avec le Salon Mondial du Body Fitness. En fait, ce cadre d'analyse rend compte de l'espace des positions des salles dans le sous champ et ses modalités de fonctionnement. Identifier les salles en position dominée, en position dominante ainsi que celles qui occupent des parts de marché très spécifiques reflète ce qui se joue pour les agent·e·s du sous champ. La lutte pour la constitution d'un capital spécifique dans un contexte économique hyper concurrentiel met au jour pour les agent·e·s, un ensemble de positions asymétriques et une distribution inégale des capitaux.

L'éclairage macro social enrichit l'analyse de ce qui circule du national, voire international, vers le local : les pratiques de fitness, les nouveautés et innovations technologiques mais pas seulement. Le corps étant au centre de tous les enjeux, c'est lui qui constitue finalement l'enjeu du champ, le corps, sa mise en forme et les connaissances, les pratiques physiques qui y contribuent.

En proposant une analyse du champ du fitness au niveau macro social (Salon du Body Fitness) et micro social (département des Landes), cela permet d'appréhender différents niveaux de la réalité sociale (Lahire, 1996), « leur articulation simultanée donne une vision plus globale des phénomènes sociaux » comme le précise Christine Mennesson (2007, p.86) En effet, tenter de comprendre finement ce qui se joue dans le champ, son enjeu, nécessite de prendre en compte l'ensemble des luttes en présence pour étudier la hiérarchie à l'œuvre dans tous les secteurs du « champ » .

Le corps étant au centre de cette lutte, on peut considérer la construction du genre comme un enjeu spécifique de ce sous champ. Les modèles de genre proposés, voire exhibés, structurent les rapports sociaux de sexe et les pratiques professionnelles. La dimension relationnelle du genre paraît ainsi particulièrement intéressante pour analyser l'asymétrie homme-femme dans ce contexte professionnel spécifique.

CHAPITRE 1- UN SOUS CHAMP « À PART » ?

L'objectif de cette partie est de présenter le sous champ du fitness à partir de l'enquête de terrain afin d'étudier les luttes inhérentes au sous champ et la constitution du capital spécifique. Ainsi, en étudiant les postures de conservation et les postures innovantes, il sera plus facile d'appréhender les règles du jeu du sous champ à la croisée du champ sportif et du champ économique.

1-1 Penser le fitness comme un sous champ

Étudier le développement des salles de remise en forme durant le XX^{ème} siècle, comme l'a fait Olivier Bessy (1990) pour les salles parisiennes, « Gymnase-Club », permet de voir le passage du petit commerce, à la boutique de luxe puis à la grande surface. « Elles s'inscrivent toutes, de par leur caractère privé, dans un champ de concurrence assimilable à un véritable « business de la forme » et peuvent être assimilées à des « entreprises du corps ou de la forme », résultant d'initiatives privées et gérées par des entrepreneurs avertis. Un « véritable marché de la forme », centré sur une logique économique se développe : il s'agit de proposer les activités corporelles les plus variées pour répondre à une demande sans cesse en évolution. Depuis le sous champ de la remise en forme a évolué, s'est modernisé, a gagné en autonomie et surtout est devenu un secteur ultra-concurrentiel.

A l'instar de l'analyse du champ littéraire, qui implique d'étudier les rapports entre les écrivains et les éditeurs, il est indispensable d'analyser les relations entre les professionnel·le·s du fitness et les client·e·s. « Le champ littéraire (etc) est un champ de forces agissant sur tous ceux qui y entrent, et de manière différentielle selon la position qu'ils y occupent, en même temps qu'un champ de luttes de concurrence qui tendent à conserver ou à transformer ce champ de forces. », Bourdieu (1991, pp. 4-5). L'offre de fitness met en avant les éléments qui constituent ce que Lahire nomme les invariants du champ (2001) au regard de l'autonomisation relative de ce secteur. Effectivement, comme l'indique Jacques Defrance (1995), l'autonomisation du champ sportif est relative et ne peut se défaire véritablement de l'engagement de l'État et du champ éducatif. Un premier indice de l'autonomie du champ sportif est la séparation du pôle professionnel et du pôle amateur qui sont reliés de manière forte aux contraintes du capitalisme pour le premier et aux pouvoirs publics pour le deuxième, dans sa finalité morale et sociale. Un deuxième indice de cette autonomie du champ sportif est l'indépendance qui s'organise autour de la vie sociale en distinguant ce qui est du sport de ce

qui ne l'est pas, la vie mondaine n'étant plus au cœur de l'enjeu spécifique de la pratique de l'activité sportive. Peu à peu « les démarcations établies autour du sport pratiqué pour lui-même conduisent dans le même sens, vers une autonomie relativement plus grande » (1995, p.22).

L'émancipation relative par rapport au champ économique renvoie à la nature même du capital spécifique au champ : le corps et sa mise en forme. Au même titre que les « choses sans prix », la mise en forme corporelle est difficilement mesurable en terme économique. Cela implique alors la mise en place d'une économie à deux niveaux micro et macro social. L'originalité des mécanismes de production de la valeur symbolique au niveau macro social n'est pas issue des mécanismes marchands traditionnels mais s'obtient grâce à des « instances de consécration » (le public, le nombre de vues sur les réseaux sociaux, blogs et autres chaînes Youtube). En reliant cette production des biens symboliques à la mise en place d'un système de rapports de force et de sens entre des groupes ou des classes (Bourdieu, 1989) se dessine une nouvelle forme de production de la valeur. Cependant, cette économie des biens symboliques n'est pas indépendante de l'économie classique comme certaines sphères de la vie sociale (la sphère religieuse ou artistique), car à plus ou moins long terme, ces profits symboliques sont reconvertis en profits matériels (droit d'images, avantages en nature pour les égéries des marques par exemple). À un niveau micro social, ce sont bien les mécanismes marchands traditionnels de production de service contre rémunération (contrat d'abonnement pour avoir accès aux services proposés par la salle de fitness) qui permettent de penser que le champ du fitness est à la croisée du champ économique et du champ du sport.

Bourdieu (Bourdieu, 1984) parle pour le champ de pratiques sportives d'un enjeu spécifique : celui de la définition légitime de la pratique sportive et de sa fonction. En filigrane, se précisent les luttes de classes pour la définition du corps légitime et de l'usage de celui-ci dans sa fonction politique et sociale. Il replace la naissance des sports et la distance prise par rapport aux jeux traditionnels dans un contexte historique chargé du poids et de l'influence des institutions (clergé, médecins, armée, école). Ainsi établi au cœur du rapport de force entre les classes sociales, le sport porterait encore selon l'auteur la marque du *profit distinctif* et de ses origines. L'auteur précise que les différentes classes sociales n'ont pas le même souci des profits sociaux que procure la pratique d'un sport. L'appréciation des profits immédiats ou différés varient selon le volume et la structure des différents types de capitaux des agent·e·s. Bourdieu met en avant l'idée que c'est le rapport au corps propre, ce corps instrumental qui conditionne le choix de la pratique. Les classes populaires préférant utiliser le corps comme objet alors que les classes privilégiées font du corps une fin, soit organique (culte hygiéniste de

la « forme ») soit perceptible (le « physique » comme corps pour autrui). Ainsi, l'usage des gymnastiques est envisagé comme une rencontre entre les individus et les effets différés de la pratique. Les fonctions hygiéniques se subordonnent alors à des fonctions esthétiques de manière progressive dans la hiérarchie sociale et surtout chez les femmes « plus fortement sommées de se soumettre aux normes définissant ce que doit être le corps non seulement dans sa configuration perceptible mais aussi dans son allure, dans sa démarche, etc. » (op.cit., p.194). Cette analyse datant des années 1980, pose les bases d'une réflexion très actuelle à compléter, en y associant les professionnel·le·s. Du côté des sportifs, les travaux d'Anne-Marie Waser (1989) sur les clubs de tennis concluent à une hiérarchisation de l'espace local des clubs de tennis où finalement les propriétés sportives des agents (capital sportif, style de jeu, ...) « retraduisent » dans le domaine du sport leurs propriétés sociales. Néanmoins, des précautions sont à prendre pour ne pas homogénéiser des catégories qui tendent à présenter des variations remarquables en leur sein (Mennesson et al., 2019). Et pour donner du sens aux luttes inhérentes au sous champ, une analyse fine des trajectoires des agent·e·s du champ, couplée à celle de la structure même de ce dernier paraît intéressante.

1-2 Structuration du sous-champ au niveau micro social : essai de typologie

Le secteur de la remise en forme est un secteur très polymorphe où les services proposés sont très diversifiés d'une salle à l'autre. Cette spécificité locale est un véritable contrepoint à ce qui est montré au niveau mondial notamment par Andreasson et Johansson (2018). En effet, ces auteurs ont investigué le marché du fitness international (Japon, Suède, Etats-Unis et Australie) et montrent que le fitness a subi une véritable révolution depuis les dernières décennies. Celle-ci passe par une transformation des entreprises de fitness en une industrie globale et un phénomène socio-culturel influent. La fitness « revolution » (Andreasson & Johansson, 2014) ou le « fitness boom » (Millington, 2016) engendre une mondialisation du fitness notamment par le développement des franchises internationales (Les Mills®). Ainsi, à un niveau mondial, des efforts considérables ont été faits pour standardiser, commercialiser et franchiser le fitness (Sassatelli, 2010) en spécifiant les techniques d'entraînement et en adaptant les disciplines sportives (cyclisme, aérobic, danse, méditation, arts martiaux, ...) en activités collectives. Cet aspect permet d'envisager un développement homogène de la culture fitness à un niveau mondial. Cependant, comme le précisent les auteurs, les salles de fitness sont développées et façonnées dans des contextes nationaux et locaux variés. Les résultats de

l'enquête montrent de ce point de vue spécificité : les franchises n'ont pas, encore, envahi tout le territoire.

En conséquence, tenter de réaliser une typification des salles de fitness n'est pas si simple tant l'hétérogénéité des salles est importante. Le marché, extrêmement concurrentiel et les nouveautés perpétuelles engendrent une offre particulièrement variée qui se segmente petit à petit. Les cinq dernières années sont révélatrices d'une accélération de la structuration du marché du fitness au niveau mondial et local, qui, après un lent mais néanmoins progressif développement, subit une véritable mutation. La proposition d'un essai de typologie cohérent et significatif du point de vue de l'analyse du champ repose sur trois critères d'analyse. Le premier critère est le type de fitness proposé, le deuxième celui du type de salle, le dernier est le positionnement dans l'espace local des salles de fitness. Cet ensemble livre ainsi des informations concernant la structuration du sous champ.

1-2-1 Le type de fitness proposé

Lors de l'enquête de terrain, les observations menées ont permis de caractériser le fitness qui est pratiqué dans les salles. Loin d'être homogènes ces catégories permettent de réaliser un premier éclairage de ce qui se fait au niveau local. Trois grands types de fitness se distinguent particulièrement dans les salles. Pour les caractériser nous nous sommes appuyés sur la pratique différenciée de la boxe mise en avant par Mennesson dans son étude sur les boxeuses (Mennesson, 2004a). Ici, l'auteur montre que la pratique de la boxe se réalise sous deux formes : *hard* (où les coups sont portés) et *soft* (où les coups sont retenus). Ces deux modalités de pratique renvoient à une conception de la boxe différente, une essentiellement axée sur le combat et l'autre plus éducative sur l'assaut. Elles se distinguent par une structuration différenciée, club de boxe française associatif pour la boxe *soft* et club privés pour la boxe *hard*. Pour les femmes, les modes d'engagement dans une carrière de boxeuse *hard* ou *soft* ne sont pas identiques. Dans la boxe *hard*, les femmes s'engagent de manière précoce et construisent un « rapport masculin et populaire à la pratique » (p.255), alors que dans la boxe *soft* l'arrivée y est plus tardive et le rapport à l'activité construit par ces boxeuses est davantage « féminin » et « distingué » (p.259). Ainsi, la socialisation pugiliste n'est pas homogène et l'engagement dans l'une ou l'autre modalité de pratique renvoie à des dispositions sexuées « masculines » et « féminines » qui structurent le processus d'identification sexuée et déterminent un rapport au monde différent. Sans faire une homologie entre la pratique du fitness et celle de la boxe, l'idée d'une pratique *hard* et d'une pratique *soft* est particulièrement intéressante dans le champ du

fitness car elle rejoint cette opposition binaire entre ce qui serait d'un côté « masculin », de l'autre « féminin » ainsi qu'une logique de pratique distinctive. Les résultats de l'enquête de terrain permettent de distinguer trois types de fitness, différents dans leurs modalités de pratique : un fitness *hard*, un fitness traditionnel et un fitness *soft*.

Le fitness *hard*, est une pratique que l'on peut qualifier de « masculine » dans la mesure où les pratiques sont compétitives, basées sur le challenge, le dépassement de soi, la force et la performance y sont particulièrement valorisées au travers des charges soulevées. Ces salles de Cross-fit® héritées de la pratique urbaine américaine, peuvent être franchisées⁹ ou pas. Souvent il s'agit d'un hangar, au confort rudimentaire et à la décoration épurée, disposant de « cages » de musculation, d'anneaux, de cordes permettant de réaliser des mouvements au poids de corps (tractions, sauts, etc...), mais aussi de charges lourdes pour réaliser des mouvements d'haltérophilie et d'autres accessoires (gros pneus de camions par exemple), barres fixes, etc. Connotée comme « masculine », cette forme de pratique apparue il y a une dizaine d'années en France. Avec un développement récent et rapide, aucune étude statistique ne permet de dire de manière fiable et précise comment se répartissent les hommes et les femmes¹⁰ dans ce type de pratique.

Le deuxième type de fitness « traditionnel » se scinde en deux : les pratiques industrialisées et les pratiques freestyle. Selon les usages du corps et les qualités physiques qu'elles mobilisent, elles sont associées à des pratiques « masculines » ou « féminines » dont « les modes d'engagement du corps dans l'activité attestent d'abord de la pérennité des assignations de sexe » (Louveau, 2007, pp. 55-70). Le fitness industrialisé est caractérisé par des franchises de cours (Les Mills®, Zumba®, etc) qui déclinent des cours variés du plus athlétique au plus chorégraphié. Le scénario des cours est préparé à l'avance par la franchise et vendu sous forme de licence, ces cours sont renouvelés tous les 3 mois ou moins selon les franchises de cours. Le fitness free style est à l'initiative des professionnels, c'est-à-dire qu'ils préparent eux-mêmes, en choisissant leurs musiques, les intensités, les chorégraphies, les mouvements et enchainements, etc. La plupart du temps, la salle de fitness est divisée en plusieurs espaces : la salle de cours collectifs, le plateau de musculation et l'espace cardio-training. Ces espaces sont particulièrement sexués tout comme les pratiques, « la mise en forme se décline très

⁹ La franchise Crossfit® impose une formation spécifique, un type d'aménagement de structure conforme à la "philosophie" Crossfit®. Cependant d'autres « box » non franchisées peuvent exister et utilisent le terme de "cross training" pour proposer une modalité de pratique similaire au Crossfit®.

différemment, puisque chacun y travaille électivement ce qui symbolise son identité de sexe et les assignations sociales et culturelles qui y sont liées » (Louveau, 2007, pp. 55-70).

Les hommes sont majoritaires dans les pratiques de musculation, les femmes dans les cours collectifs et l'espace cardio-training composé des appareils à visée cardio-respiratoire (vélo assis, couché, steppeur, rameur, vélo elliptique) montre une mixité relative. En effet, les femmes représentent plus de 70% du nombre d'adhérent·e·s dans une salle de fitness, la présence des hommes dans l'espace cardio-training donne l'impression d'une plus grande mixité, mais ils ne sont jamais qu'une petite partie de la clientèle (30%) et cet espace dit « complémentaire » est souvent associé aux phases d'échauffement et/ou de fin de séance¹¹. Finalement, ces 2 espaces de pratique offrent une rentabilité très inégale. Le cœur de l'activité est organisé autour des cours collectifs, « *en âge, on va dire en grosse majorité entre 30 et 50 mais c'est 70% de femmes de 30 à 50 ans c'est notre cœur de cible. (...) Aujourd'hui c'est celui-là. C'est le public qui est visé. Qui est visé, c'est notre clientèle. (...) On essaie d'ouvrir partout mais le fitness aujourd'hui c'est 70% de femmes de 30 à 50 ans* », (Maurice, Manager de Forméo, Montplaisir).

Et enfin, le troisième type de fitness *soft*, « *wellness* » est axé essentiellement sur des pratiques douces de type Pilates®, stretching, relaxation, yoga et/ou gym douce. Ce type de fitness est associé à une pratique dite « féminine », souvent réalisé dans des salles de fitness intimistes, décorées et aménagées pour le bien-être (petit salon d'accueil avec tisanderie, musique douce) et disposant parfois de services connexes (massages, réflexologie, et divers soins énergétiques ou autres). Ce type de fitness s'est développé lentement et de manière récente, invitant à une prise en charge de sa santé physique et mentale en opposition à « l'explosion « consummatoire » de l'énergie corporelle » (Pociello, 1981).

Cette typologie nécessairement réductrice permet néanmoins de spécifier les enjeux de chaque type de pratique et les stratégies de positionnement qui peuvent en découler, chaque professionnel·le cherchant à attirer à soi le plus grand nombre d'adhérent·e·s pour des raisons purement économiques (maintien dans le sous champ) mais aussi pour des raisons symboliques (reconnaissance). Cependant, les frontières ne sont pas aussi strictes et les trois types de fitness peuvent parfois se retrouver dans la même salle. Cette segmentation de l'offre révèle des objectifs différents (compétition, mise en forme et santé), des représentations sexuées culturellement construites différentes (masculin, mixte, féminin) et des répartitions différenciées (des activités *pour* les hommes, *pour* tous, *pour* les femmes). Sur ce point la

¹¹ De manière à augmenter la dépense énergétique, dans un objectif de perte de poids.

répartition des pratiquants en fonction de leur sexe dans différentes pratiques démontre une sexuation des espaces de pratiques au sein de la salle de fitness. Celle-ci caractérise la division sexuée du travail sportif et de manière plus large la dissymétrie des rapports sociaux de sexe. Ainsi, les types de fitness donnent un premier élément d'analyse, le caractère *hard*, *soft* ou traditionnel du fitness renforce de manière classique les stéréotypes sexués en vigueur dans le monde social en général et dans le monde sportif en particulier.

1-2-2 Des salles de fitness très différentes

De quel type de salles parlons-nous ? Dans notre étude, nous avons répertorié des salles de fitness aux offres de pratiques très disparates. Le statut franchisé ou indépendant de la salle, celui des exploitant·e·s et la localisation géographique sont des éléments qui enrichissent l'analyse de cette offre au niveau local.

1-2-2-1 Indépendantes versus franchisées

Deux types de structures se retrouvent dans l'espace des salles de fitness au niveau local et plus largement au niveau national : les salles franchisées et les salles indépendantes.

Les salles franchisées (Fit'Form, Ladies, Le Club) proposent un fitness traditionnel souvent structuré par des cours pré-scénarisés (Fit'Form), porté par les enseignes nationales qui les mettent en place. Les salles indépendantes, elles, ont une offre de service qui peut faire appel aux franchises de cours (Les Mills®, Zumba®, etc) et/ou diversifient leurs offres avec des cours free-style (Abdos-fessiers, stretching, Total Body Conditioning, Step, LIA, Hi Low, etc). Ces deux modalités d'exploitation positionnent de manière distinctes les salles dans l'espace du fitness. En effet, les professionnel·le·s indépendant·e·s sont livré.e.s à eux-elles-mêmes en termes de gestion de l'entreprise, alors que les professionnel·le·s franchisé·e·s sont accompagné·e·s voir chaperonné·e·s au niveau commercial et économique, ce qui n'est pas négligeable sur un marché très concurrentiel.

« Nous en termes de la communication effectivement on a payé une licence assez chère on paye tous les mois, mais la com ils s'occupent de tout, le matériel on a des prix de fous, on a une centrale d'achat, aujourd'hui vous allez acheter une paire d'haltères 180 € en indépendant vous allez la toucher à 100 € en franchisé. Après tout ce qui est com, nous les flyers, on les reçoit, ils nous envoient les modèles, y a

la pub télé Fit'Form donc ça nous coûte une blinde et ça nous rapporte pas forcément grand-chose mais l'image c'est eux qui s'occupent de tout, ils pensent à tout. »

Extrait d'entretien, Jérôme, Co-gérant salarié, Fit'Form .

Le relevé de terrain montre que sur les 17 salles de l'enquête dans le département des Landes, 4 sont franchisées (enseigne nationale) et 13 sont des salles indépendantes (dont 2 sont regroupées dans une même holding financière), soit environ 76% des salles sont indépendantes

1-2-2-2 Quel·le·s exploitant·e·s pour quelles salles de fitness ?

Débuter dans le métier et s'installer à son compte ne nécessite pas forcément la détention du même « capital scolaire » : pour exercer le métier d'éducateur sportif, donc de professeur de fitness, l'obtention d'un Brevet d'État d'Éducateur Sportif (BEES) des Métiers de la Forme (MDF)¹² ou du BEES HACUMESE (Haltérophilie Culturisme Musculation Esthétique Sportive et d'Entretien), son pendant dédié uniquement aux pratiques de la musculation, est indispensable¹³ et doit être validé par l'obtention d'une carte professionnelle délivrée par le Ministère des Sports. Alors que pour ouvrir une salle de remise en forme, seuls des fonds sont indispensables.

Cette différence, non négligeable, participe à une première lecture du positionnement dans l'espace des salles de fitness, et de manière élargie des professionnel·le·s dans l'espace social. Dans notre enquête, la quasi majorité (N-5) des salles présente une grande spécificité : les gérant·e·s sont aussi les « profs de fitness » de la salle. Cet aspect est d'importance, il révèle certains aspects de la carrière fitness (des modalités spécifiques d'exercice du métier) et des stratégies de positionnement économique¹⁴.

« Tout s'est débloqué et puis ça a ouvert le 1^{er} octobre 1990. (...) Et puis il a fallu devenir gérant alors ça a été compliqué parce qu'on ne savait pas en fait trop, on faisait ça mais vous savez, quand vous arrivez sur la lancée, il y avait du monde, il

¹² Ou d'un de ces prédécesseurs : BEEGDA, BEACPC, BPJEPS ; ou successeur : BPJEPS AGFF ; ou un diplôme universitaire : DEUST Métier de la Forme, Licence Pro Métiers de la Forme.

¹³ La loi sur le sport légifère l'enseignement des pratiques sportives contre rémunération et impose un cadre commun aux anciens BEES et nouveaux BPJEPS. Une carte professionnelle est obligatoire pour exercer, elle s'établit dans les Directions Départementales de la Jeunesse et des Sports et de la Cohésion sociale (DDJSCS).

¹⁴ Ce point est développé dans les parties 3 et 4.

y avait 2-3 salles sur Horsarieu, ça marchait mais avoir son affaire à soi avec tout de A à Z, on est dans une autre démarche. »

Serge, co-gérant polyvalent, Gym Land.

Le statut de gérant·e se distingue entre ce que nous avons nommé les gérant·e·s polyvalent·e·s et les gérant·e·s : les premier·ère·s sont à la fois gérant·e·s et éducateur·rice·s sportif·ive·s, les second·e·s sont uniquement exploitant·e·s. Au niveau du département étudié, 15 (soit 76%) sont gérant·e·s ou co-gérant·e·s et professionnel·le·s du fitness dans leur structure, alors que seulement 6 sont gérant·e·s (exploitant·e·s). Cette spécificité ne semble pas très répandue dans le sous champ et représente donc une caractéristique forte de l'état du fitness dans les Landes, « (...) *c'est très rare très rare des gérants qui sont déjà coachs*¹⁵», (Sophie, co-gérante polyvalente, Fit'Form).

¹⁵ Le terme « coach » désigne un·e professeur·e de fitness, c'est-à-dire un·e éducateur·trice sportif·ve qui enseigne le fitness et/ou la musculation contre rémunération, dit autrement il s'agit d'un·e professionnel·le du fitness.

	Gérant·e Polyvalent·e	Gérant·e Exploitant·e	Salle franchisée ou indépendante
Gym Land	2		Indépendante
New Form	1		Indépendante
Vita forme	2		Indépendante
Oxygène	1		Indépendante
Top forme	1		Indépendante
Cholor'Fil	2		Indépendante
Zen Studio	1		Indépendante
My'Fit	2		Indépendante
Hall fitness		1	Indépendante
Équinoxe	1		Indépendante
Go fitness		1	Indépendante
Le Club		1	<i>Franchisée</i>
ForméO Montplaisir		1	Indépendante
ForméO Tourizis		1	Indépendante
Ladies		1	<i>Franchisée</i>
Fit'Form Montplaisir	1		<i>Franchisée</i>
Fit'Form Oxap	1		<i>Franchisée</i>

Tableau n° 1 : Répartition entre salle franchisée/indépendante et type de gérant·e·s
(polyvalent·e·s ou non)

Cet aspect pose en creux la question du positionnement dans l'espace local des salles de fitness, révèle-t-il des salles en position dominante, subordonnée et/ou d'outsiders ? Finalement qu'est-ce qui contraint et/ou favorise ces positions ?

Pour répondre à cela, il semble nécessaire de regarder de plus près quelles sont ces salles où les gérant·e·s sont polyvalent·e·s. Sur les 17 salles de l'enquête, 11 sont des salles où les gérant·e·s sont polyvalent·e·s, les 6 restantes fonctionnent avec un·e gérant·e et des salarié·e·s ou/et des

intervenant·e·s¹⁶. Les résultats de l'enquête montrent que dans le cas des salles franchisées (4 sur 17), deux salles sont gérées par des gérant·e·s et deux salles par des gérant·e·s polyvalent·e·s (50%), ainsi le critère de la salle franchisée ne semble pas exclure la possibilité d'être gérant·e polyvalent·e. En revanche, dans les salles indépendantes (13 sur 17) la part importante de gérant·e·s polyvalent·e·s (15 sur 17 de nos enquêté·e·s¹⁷) montre que c'est une caractéristique spécifique (88% des enquêté·e·s).

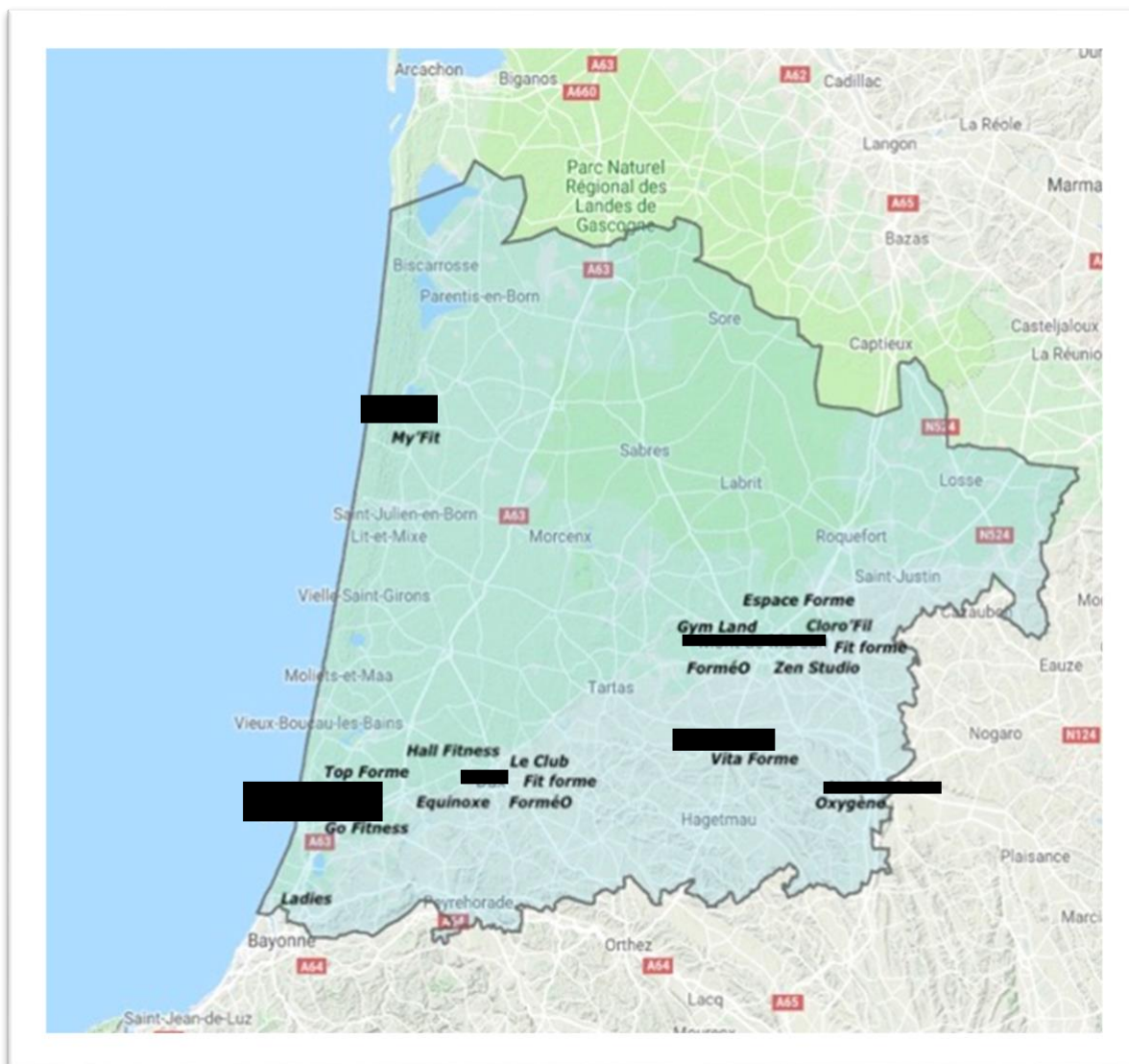
1-2-2-3 Le positionnement géographique des salles

L'implantation des salles dans le département se structure d'une part avec les zones d'évolution de la population ainsi que les aires d'influence des villes et d'autre part selon les trajectoires des enquêté·e·s¹⁸. Dans un département assez vaste, se dessinent des zones où la concurrence est plus ou moins importante, par exemple, s'implanter en zone rurale, comme seule salle de fitness ouvre ainsi un marché spécifique et différent d'une ville où la concurrence est déjà en place depuis de longues années. Les stratégies de positionnement économiques peuvent donc varier aussi en fonction de cet élément.

¹⁶ Actuellement, les travailleur·euse·s indépendant·e·s (auto-entrepreneur·euse·s dans la plupart des cas) sont très présent·e·s sur le marché local du fitness mais sont sous représenté·e·s dans notre enquête. Cette nouvelle forme de prestations de services offre des avantages (pas de contrat de travail ni de contraintes salariales, liberté de choix et d'organisation d'emploi du temps, interventions dans plusieurs salles) et des inconvénients (instabilité des équipes au sein des salles de fitness, absentéisme, nécessité de nombreux déplacements professionnels).

¹⁷ Pour rappel nous avons enquêté auprès de 17 salles et recueillis 26 entretiens biographiques (17 gérant·e·s polyvalent·e·s, 3 exploitant·e·s, 2 salarié·e·s, 3 coachs indépendants et 1 compagne de coach indépendant).

¹⁸ Cet aspect est développé dans la partie 4.



Carte n°1 : Implantation géographique des salles enquêtées dans le département des Landes.

Cette carte met en évidence une concentration des salles assez importante dans le Sud des Landes vers les nouvelles villes attrayantes de la côte atlantique, sur un axe intérieur entre et sous-préfecture et préfecture du département, à l'intérieur des terres, et le long de la côte nord, à l'instar de l'évolution de la population dans le département¹⁹.

1-3 Un espace en concurrence

L'espace des salles au niveau micro social permet d'envisager trois positions : les salles en position dominante, en position dominée et le cas des salles en position d'outsiders. Mais des

¹⁹ Voir annexe n°2.

nuances sont nécessaires à une telle classification qui se voudrait trop réductrice de cet espace concurrence. Les pratiques de fitness changent à un rythme soutenu, chaque année de nouvelles formes de cours collectifs apparaissent comme autant de potentialités pour capter de nouvelles parts de marché. Il en va de même avec le matériel, après les « cages de suspension », les TRX (sangles de suspension), c'est au tour des plateaux d'haltérophilie de venir renforcer l'offre des pratiques de musculation. Les nouveautés pour les appareils de cardio-training sont tournées vers la connectivité et l'aspect scientifique de la performance (fréquence cardiaque, charge de travail, calorimétrie, etc). Le renouveau est perpétuel, chaque nouveauté vise les potentiel·le·s adhérent·e·s : séniors, enfants, jeunes actif·ive·s, hommes, femmes et qui représente un véritable enjeu économique pour le sous champ du fitness.

1-3-1 Les salles en quelques chiffres

Le tableau deux donne une lecture croisée de l'ensemble des indicateurs présentés et de nouveaux éléments pour compléter cette analyse.

En première lecture des résultats, on peut voir que le marché se segmente en trois parties :

- les très petites salles indépendantes (3/17) avec moins de 200 adhérents, un chiffre d'affaire inférieur à 100 000 €, se positionnent plutôt sur un fitness traditionnel et/ou *soft*.
- les salles moyennes (8 sur 17) indépendantes (7) ou franchisées (1), qui comptent entre 200 et 400 adhérents, un chiffre d'affaire compris entre 100 et 200 000€ et s'inscrivent dans un fitness traditionnel.
- les grandes salles (6 sur 17) indépendantes (4) ou franchisées (2), de plus de 800 adhérents avec un chiffre d'affaire compris entre 400 000€ et plus d'1 Million d'€, qui proposent un fitness traditionnel.

Salle, Année d'ouverture Type de fitness	Statut des professionnel-le-s et des salles	Chiffre d'affaire	Adhérent·e·s	Prix mensuel
Forméo ²⁰ , 2001 Traditionnel	Gérant Indépendante	1,1 M€	1800	55€
Oxygène, 2011 Traditionnel	Gérante polyvalente Indépendante	Entre 150000 € et 200000€	395	49,90€
Gym Land, 1990 Traditionnel	Gérant·e·s polyvalent·e·s Indépendante	110000€ > CA <150000€	400	45€
Ladies, 2015 Spécifique ²¹	Gérante Franchisée	135000 €	250	44€
Le club, 2012 Traditionnel	Gérant Franchisée	250000 €	800	39€
Espace Forme, 1990 Traditionnel	Gérante polyvalente Indépendante	110000 € > CA <150000 €	380-450	39€
Vita'form, 2011 Traditionnel	Gérant·e·s polyvalent·e·s Indépendante	110000 € > CA <150000 €	400	36-39€
Top Forme, 1995 Traditionnel	Gérant polyvalent Indépendante	400000 €	900-950	+/- 39€
Chloro'Fil, 2015 Traditionnel	Gérants polyvalents Indépendante	63000 €	120	39 €
My'Fit, 2010 Traditionnel	Gérants polyvalents Indépendante	Entre 110000 € et 150000 €	300	35€
Go Fitness, 2014 Traditionnel + Hard	Gérant Indépendante	400000 €	800	32 €
Fit Form Dax, 2013 Traditionnel	Co-Gérante polyvalente Franchisée	Entre 270000 € et 278000 €	900	33 €
Fit Form Mont de Marsan, 2015 Traditionnel	Co-gérant polyvalent Franchisée	Entre 120000€ Et 130000€	400	33 €
Hall Fitness, 2015 Traditionnel + Hard	Gérant polyvalent Indépendante	< 100000 €	200 (1500 en 2018)	29,95 €
Zen Studio, 2014 Soft	Gérante polyvalente Indépendante	Déficitaire	90-100	18€/cours (dégressif)
Équinoxe, 2009 Soft	Gérante polyvalente Indépendante	75000 €	170	18€/cours (dégressif)

Tableau n°2 : Synthèse indicateurs pour les salles de l'enquête.

²⁰ Les chiffres sont les mêmes pour les 2 salles (Tourizis et Longeville), aussi nous avons fait apparaître dans le tableau les indicateurs pour une salle.

²¹ Le cas de Ladies est développé un peu après, il s'agit d'une salle exclusivement réservée aux femmes proposant quasi-exclusivement des parcours sur appareils de musculation « réservés aux femmes » (Sabine, gérante de Ladies)

D'un point de vue économique, les salles franchisées ont un chiffre d'affaires nettement inférieur aux salles indépendantes pour un même nombre d'adhérents. Deux exemples indiquent des chiffres d'affaires qui peuvent aller du simple au double, sans que la variation du coût de l'abonnement mensuel soit du même ordre. Ce point peut être révélateur de deux choses : soit parler d'argent et de chiffre d'affaires est tabou et représente un interdit dans le sous champ afin de maintenir le silence autour de la rentabilité réelle des salles de fitness ; soit la franchise représente un véritable poids dans la balance économique de la salle en amont du calcul du chiffre d'affaires. Pour autant et concernant les salles moyennes, un chiffre d'affaires entre 100 et 150 000€ correspondrait à environ 400 adhérent·e·s pour un abonnement aux alentours de 35€. Ces chiffres sont cohérents entre les salles présentant les mêmes caractéristiques. Enfin, en se basant sur le nombre d'adhérent·e·s annoncé par les enquêté·e·s et le tarif moyen de l'abonnement mensuel, force est de constater que certains chiffres d'affaires ne correspondent pas et sont bien en dessous d'un rapide calcul, même si tous les abonnements ne sont pas à l'année (3 ou 6 mois) et que d'autres tarifs existent (étudiant·e, couple, etc). La rentabilité économique d'une salle de fitness n'est pas évidente pour ces très petites entreprises de sport²². Si tous les enquêté·e·s indiquent faire appel à un service de comptabilité indépendant, certain·e·s ont été peu explicites pour fournir des chiffres précis, qu'il s'agisse des salaires ou des chiffres d'affaires. Parler d'argent ne semble pas aller de soi, nombreux·euses sont les enquêté·e·s précisant « *ne pas faire ce métier pour l'argent* », et révèle un ethos professionnel spécifique commun à une grande majorité d'enquêté·e·s²³.

Une deuxième lecture de ce tableau 2 renseigne, avec le coût de l'abonnement mensuel, sur un élément de hiérarchisation des salles dans l'espace social. En effet, le coût de l'abonnement mensuel peut varier du simple au double : de 29,95€ à 55€ (sans compter les frais d'abonnement/d'inscription qui sont apparus récemment sur le marché et représentent « *un fond de trésorerie* »). Ainsi, l'enquête révèle 4 tranches tarifaires :

- Tranche 1 : 4 salles²⁴ proposant un tarif entre 45€ et 55€ par mois.

²² Les entreprises sont classées par taille pour une meilleure gestion statistique, à savoir que les entreprises comprenant moins de dix salariés et présentant un chiffre d'affaires annuel inférieur à 2M d'euros sont qualifiées de micro-entreprises, depuis la loi de modernisation de l'économie du 4/08/08.

Certaines salles de notre enquête sont plus anciennes à cette loi et d'autres ont des montages très particuliers, ainsi il n'est pas possible de qualifier toutes les salles enquêtées de micro-entreprises. Aussi nous préférons parler de « très petites entreprises de sport ».

²³ Voir partie 3, chapitre 5.

²⁴ La salle n'a pas communiqué directement le tarif proposé et aucune information n'est accessible à part une prise de rdv pour être renseigné sur « *les tarifs les plus adéquats à vos objectifs* » (réponse obtenue suite à une demande de renseignements via

- Tranche 2 : 7 salles (2 franchisées) proposant un tarif entre 35€ et 44€ par mois.
- Tranche 3 : 4 salles (2 franchisées) proposant un tarif entre 29,95€ et 34€ par mois.
- Tranche 4 : 2 salles proposant des cours à la carte : 18€ le cours puis en dégressif avec l'achat de 10/15/20/25 tickets ayant une validité limitée.

Dans un premier temps, on peut se rendre compte que le statut franchisé ou indépendant n'est pas un élément permettant de hiérarchiser les salles entre elles par rapport au coût mensuel de l'abonnement. Ensuite, les salles les moins onéreuses ne sont pas non plus celles qui ont le monopole de la clientèle et les trois tranches tarifaires se répartissent de manière équivalente entre le nombre de salles totales. Par conséquent, il semblerait qu'il y ait un marché, et donc une clientèle, pour chaque budget et un marché spécifique pour des cours beaucoup plus onéreux allant jusqu'à 60€ par mois avec les cours à la carte (en comptabilisant en moyenne un cours par semaine). Les tarifs se structurent en relation avec les prestations proposées, concrètement proposer des cours de Pilates® ou gym douce à la carte à un tarif de 18€ ou proposer une grille de 40 heures de cours collectifs ne s'adresse pas aux mêmes adhérent·e·s.

Dans la tranche 1, les salles aux abonnements les plus onéreux (45 et 55€ par mois) sont celles présentes depuis de nombreuses années sur le marché local sauf pour Oxygène ouverte en 2011. Les prestations pour 2 des 4 salles sont haut de gamme et incluent des activités aquatiques ; les appareils de musculation et le plateau cardio-training sont renouvelés très régulièrement et équipés par des marques reconnues. Les cours proposés sont des cours à concepts (licence Les Mills®) accessibles en « live », c'est-à-dire avec un professeur de fitness qui délivre le cours, et en différé (vidéo). Les salles proposent plus de 40 cours collectifs par semaine en salle et 34 en piscine, elles sont ouvertes de 7h à 23h tous les jours, avec garderie gratuite. Chez ForméO, les gérant·e·s sont appelés des « managers » mais ne sont pas des éducateurs sportifs, ils sont mis en place par la direction pour s'occuper de la gestion de la salle. La diversité des pratiques proposées ainsi que la multitude de services connexes (garderie, cours vidéo, grande variété des cours, nouveautés technologiques, cours en petits groupes, accompagnement et suivi individualisé (en plus de l'abonnement), horaires d'ouverture) est mise en avant. Le manager précise que « *les cours sont les plus efficaces sur le marché* », la qualité et la modernité des locaux sont une prestation supplémentaire, la réputation de la salle n'est plus à faire.

facebook sur la page de la salle), les informations ont été obtenues par un des intervenants de la salle lors d'une discussion informelle avec l'enquêtrice.

Pour Oxygène, sans concurrence dans la zone de chalandise, les cours délivrés sont des cours franchisés (Les Mills®), les plateaux musculation et cardio-training sont modernes, la salle dispose d'un espace exclusivement dédié au cours de biking (vélo) et récemment les cours à haute intensité (small training groups) avec cage et TRX²⁵ sont venus compléter l'offre déjà bien diversifiée d'une trentaine de cours par semaine proposée par Delphine gérante polyvalente.

Dans la tranche 2, les salles aux tarifs médians (35-44€) ne sont pas majoritairement franchisées (2/7), et ne présentent pas une ancienneté homogène sur le marché (28, 23, 8, 7, 7, 6 et 3 ans) local. Elles proposent toutes un fitness traditionnel, et majoritairement les gérant·e·s sont polyvalent·e·s, sauf pour les deux salles franchisées. Elles se caractérisent par une offre de cours collectifs très importante (plus de 25h de cours /semaine), une diversité des pratiques collectives de fitness récentes (Zumba®, Pilates®, Les Mills®), un espace de musculation avec du matériel moderne (sauf pour une salle) et des horaires d'ouverture en continu du Lundi au Samedi.

Néanmoins, quelques nuances apparaissent, la salle Espace Forme, dont Laurence (55 ans) est la gérante polyvalente, est une salle datée spécifique au matériel de musculation vétuste, mais où les habitué·e·s sont toujours là. Séduisant un public spécifique (culturistes) Espace Forme a été localement une des salles les plus dynamiques jusque dans les années 2000 où la concurrence s'est accrue. De la même façon, Gym Land est une autre salle présente depuis de nombreuses années avec une offre de cours restreintes et traditionnelle, les cours sont très peu chorégraphiés (pilates®, abdos-fessiers, stretching, body-sculpt) et free-style (un seul cours franchisé Les Mills® est proposé) et assez éloignés des nouveautés présentes sur le marché international. Le suivi individualisé est mis en avant par les deux co-gérant·e·s polyvalent·e·s. Chloro'Fil est une salle très récente, ouverte par Benoît et Florent, deux anciens salariés d'une autre grande salle (ForméO). Dans une toute petite salle, ils proposent un fitness traditionnel

²⁵ Les cours de haute intensité (small groups training) sont un concept de cours Les Mills[®] (franchise internationale) qui proposent petits groupes des cours collectifs de circuit training c'est-à-dire des exercices de renforcement musculaire (avec ou sans charges ou à poids de corps) enchaînés/alternés avec des exercices dynamiques cardio et/ou athlétiques. Sous la forme de défis par binôme, l'effet de groupe et la motivation du coach permettent un investissement important durant un temps assez court (souvent trente minutes). Cette nouvelle forme de pratique est très à la mode et se déroule souvent dans un espace à part, ce qui invite les femmes à davantage de participation à ce type d'activités en dehors du plateau musculation. Les cages sont des accessoires issus des parcours de streetwork (et se retrouvent parfois dans les parcours de santé en pleine nature), elles sont constituées de barre de traction, d'une échelle horizontale et permettent la réalisation d'exercices au poids de corps. Les TRX sont des sangles (transportables, que l'on peut fixer à une simple porte) avec élastiques, elles permettent de réaliser des exercices de renforcement musculaire de l'ensemble du corps sans la contrainte des charges, la résistance et l'inclinaison du corps sont les éléments qui vont créer la résistance et par conséquent l'intensité de l'exercice. Ces deux accessoires sont apparus récemment dans les salles de fitness, bien qu'ils existent depuis longtemps (chez les militaires notamment), et leur utilisation a été adaptée à la pratique collective en salle.

mais limité (peu de cours dans la journée, horaires d'ouverture avec coupure). Les activités de musculation tendent à être développées en « small group » (l'équivalent du Crossfit® très en vogue), le public sénior est privilégié ainsi que le bien-être.

Pour Top Forme, la salle a évolué en trois temps et s'est considérablement modernisée et agrandie avec l'aide de partenaires et associés financiers. Seul sur une ville proche de la côte landaise en pleine expansion, Pierre, le gérant polyvalent a développé une grande salle « high-tech », les cours y sont très diversifiés (plus de 40h de cours en live et en vidéo) avec de larges horaires d'ouverture de 6h à 23h, les prestations connexes (centre esthétique, point restauration) en font une salle reconnue sur cette zone d'activité locale.

Vita forme est plus récente, co-gérée par Laura et Baptiste (compagnons dans la vie), ces deux trentenaires proposent un fitness traditionnel. Le public visé est clairement la tranche des jeunes actif·ive·s, les séniors étant si possible « évités car ils prennent trop de temps » (Baptiste). Co-gérant·e·s polyvalent·e·s, Baptiste et Laura proposent une large gamme de cours collectifs et un suivi individualisé en musculation, la salle dispose d'un spa et d'un terrain de squash comme prestations de services connexes, sans concurrence sur leur zone de chalandise plutôt rurale.

Pour la salle My'Fit c'est à peu près la même chose, seuls sur une ville en bord de mer dans le nord du département, deux frères co-gèrent la salle qui se veut avant tout spécialisée dans le suivi individualisé et le fitness traditionnel. Ils qualifient leur salle de fitness comme une « salle de sport » avant tout et disposent d'un spa, d'un terrain de jorkyball (mini-foot en salle).

Pour les deux salles franchisées, une (Ladies) occupe une part de marché très spécifique et l'autre (Le Club) se positionne de manière très traditionnelle. Le Club propose une large gamme de cours collectifs et un espace de musculation moderne avec un suivi individualisé. Le public visé est très large, les horaires d'ouverture aussi de 6h à 23h tous les jours. La salle Ladies, elle, se distingue par une pratique du fitness exclusivement féminine, l'offre et l'accès sont réservés aux femmes. La gérante fait appel à 2 intervenantes pour s'occuper des pratiquantes sur un parcours de musculation uniquement. La salle ne propose pas de cours collectifs et propose un concept « *unique* » de circuit de renforcement musculaire sur des appareils de musculation « *adaptés aux femmes* ». Localisée dans une ville dortoir à la limite Pyrénées Atlantiques, cette salle est la seule à proposer ce genre de prestations dans la région (les deux autres salles franchisées « réservés aux femmes » du département n'ont pas eu de véritable succès et ont fermé très rapidement). Cette offre constitue un entre-soi féminin et représente une part de marché spécifique.

La tranche 3, à plus bas coût concerne, les salles franchisées Fit'Forme et 2 salles récentes. Elles proposent de nombreux cours collectifs et un espace musculation très développé (Hall fitness et Go fitness).

Enfin, la tranche 4 des tarifs est spécifique, sans abonnement mensuel, il s'agit de l'achat d'une carte de cours (10-20-30) dont l'usage est limité dans le temps. Le coût est onéreux mais dégressif en fonction du nombre de cours achetés.

1-3-2 Des salles en concurrence

Notre enquête porte sur les salles de fitness dites classiques²⁶, pour autant ceci ne signifie pas que ces salles sont obsolètes ou loin des pratiques industrialisées du fitness. Bien au contraire, et c'est une des spécificités de notre enquête, même si l'espace étudié est celui d'un département plutôt rural, sans grandes agglomérations, les modalités de développement des salles de fitness sont actives, basées sur les innovations et différenciées selon le statut de la salle indépendant ou franchisé, la taille de la salle (définie par le nombre d'adhérent·e·s), sa localisation géographique, et le type de fitness proposé.

Avoir recours à la théorie du champ nécessite ainsi de distinguer la position des salles de fitness dans cet espace social, déterminée par la prise de position des professionnel·le·s à qui elles appartiennent. Aussi, 3 positions se différencient : les salles en position dominante, celles en position subordonnées et celles en position « d'outsiders ».

1-3-2-1 Les salles en position dominante

En pensant aux dominants, on imaginerait aisément des salles aux stratégies conservatrices, en place depuis de longues années ayant le monopole dans le sous champ. Auparavant, il semble nécessaire de préciser la position de dominant ainsi que les critères qui la définissent. Pour être en position dominante, deux caractéristiques sont primordiales : le chiffre d'affaires (auquel sont lié·e·s le nombre d'adhérent·e·s et la taille de la salle) et le temps (qui représente la capacité des agent·e·s à se maintenir dans le sous champ).

Si l'on regarde de plus près, les 2 salles ForméO se partagent la plus grande part de marché depuis 2001 et se positionnent comme des « grandes salles » aux stratégies innovantes. Maurice, le manager explique, « (...) *mais nous, voilà, aujourd'hui on est toujours en train*

²⁶ Voir 2. Méthodologie.

d'aller chercher, d'évoluer, comme je vous disais au départ, d'aller chercher des trucs, « ça c'est bien, on y va ! ». Il faut que l'on se diversifie. (...) Ce n'est pas ça, il faut qu'il prenne du plaisir à venir. Pour fidéliser aujourd'hui un client dans le fitness, c'est simple : il faut qu'il ait atteint son objectif donc à nous de tout faire pour qu'il atteigne son objectif. S'il a son objectif, c'est le défi de la réussite qu'on appelle, il faut qu'il fréquente, s'il atteint son objectif il va rester donc pour moi c'est l'argent qui rentre. »

Loin d'une stratégie conservatrice, ForméO propose les dernières activités innovantes, diversifiées repérées au niveau national voire international, notamment au Salon du Body fitness et mise en place à un niveau local.

« Alors nous notre produit c'est d'avoir une gamme très large justement, c'est d'avoir toutes ces activités mais rassemblées sur un même abonnement qui permet aux gens d'avoir accès à tout et en illimité.(...) (hésitation) Oui et non, on est quand même assez ciblé par nos populations, notre zone de chalandise aussi est très réduite parce qu'on est sur des agglomérations pas très grandes donc on ne peut pas proposer non plus proposer des produits qu'on va proposer dans de plus grosses agglomérations de type Bordeaux voire Paris, on n'a pas les mêmes ambitions. »

Maurice, manager de ForméO, Saint Pierre du Mont.

Le développement de ces deux salles en position dominante (qui appartiennent au même propriétaire) s'est appuyé dès le début des années 2000 sur les cours franchisés (Les Mills®). ForméO a proposé de manière assez novatrice le fitness industrialisé tout en maintenant un fitness traditionnel. Les innovations qualitatives et haut de gamme ont permis l'exploitation de prestations au coût élevé mais de renommée internationale, se positionnant sur un modèle de fitness « urbain » retrouvé davantage dans les grandes villes, « donc aussi beaucoup de conférences pour voir aussi l'évolution du marché, l'évolution de nos produits, où c'est qu'on en est aujourd'hui sur cette partie digitale qui est importante, que le fitness aussi a besoin de travailler beaucoup par cet esprit communautaire, un esprit produit parce que là il y a un nouveau truc. La haute intensité, on a essayé ça à Pompadour. On a essayé, on a trouvé ça extraordinaire. Le temps de le mettre en place, il nous a fallu 6 mois mais en l'essayant, ouais, pourquoi pas ? On a essayé d'autres produits, on a été beaucoup moins convaincus » (Maurice, manager de ForméO, Montplaisir).

Néanmoins, avec la concurrence apparue récemment sur le territoire (Fit'Form et les salles low cost) et celle présente depuis de nombreuses années, la stratégie économique s'est modifiée (baisse du coût d'abonnement avec diverses formules au choix, campagne publicitaire plus agressive) revenant plus sensiblement à un fitness pour tous mais dont le caractère distinctif s'est déplacé vers le suivi individuel payant qui s'est mis en place. Par conséquent, l'accélération récente du développement du fitness international n'est pas sans conséquences au niveau local, faisant évoluer les stratégies économiques de positionnement même pour les salles dominantes preuve que la concurrence et la rentabilité sont deux facteurs importants pour maintenir sa position dans le champ.

« Alors, oui évidemment il faut être toujours leader, il faut toujours être à la pointe mais je veux dire, dans ce métier-là, si tu n'es pas passionnée, il faut pas venir bosser, il faut pas postuler chez nous. Non, mais voilà, je veux dire, c'est ça, c'est sûr que..., je veux dire on essaie d'évoluer dans les clubs, tout le temps, d'être toujours à la pointe, de toujours amener plus mais après rien ne se fait sans rien quoi. Je veux dire sinon il faut aller bosser dans la petite association du village, faire une heure par ci, une heure par-là.

Véronique, salariée de ForméO et épouse du directeur général des salles ForméO

Mais le marché n'est pas si homogène, entre les grandes et les petites salles (auxquelles nous ajoutons les très petites salles de moins de 200 adhérents), les salles moyennes (aux alentours des 800 adhérents) occupent également une place (presque 25% des parts de marché) intéressante qui tente de subvertir les règles du jeu.

1-3-2-2 Les salles en position « dominée »

Les salles dominées du champ constituent un grand groupe en opposition aux salles dominantes, de manière plus fine on peut voir qu'il se compose des salles moyennes (800 adhérents environ), des petites salles (400 adhérents) et des très petites salles (moins de 200 adhérents) localisées en milieu urbain et en milieu rural. Chacune de ces salles tente un positionnement de manière spécifique afin de se maintenir dans le sous-champ, mais à l'analyse on peut mettre en avant trois types de stratégies : les salles subordonnées (grandes et moyennes) suivent le sillage des salles dominantes, les salles moyennes de quartier ou en zone rurale sont caractérisées par une stratégie classique, conservatrice du point de vue de l'offre de fitness, et

les salles plus récentes s'inscrivent dans des stratégies de subversion de l'ordre établi de manière innovante. Cependant, ces stratégies ne sont pas figées dans le temps, la nécessité de se maintenir dans le sous champ implique parfois de recourir à des innovations partielles.

Celles qui se positionnent de manière subordonnée (2), tendent à ressembler aux salles dominantes et utilisent la même stratégie, un fin mélange d'innovations dans les types de cours et le matériel, tout en conservant un fitness traditionnel. Avec des moyens économiques plus limités, et un type de gérance différent, Ces salles moyennes (Oxygène) à grande (Top Forme) s'inspirent des dominantes et suivent dans leur sillage. La trajectoire sociale des gérants ne s'est pas anodine et leur analyse permettra d'éclairer ce point de vue.

Par exemple, Top Forme est une grande salle indépendante, présente depuis 1995 sur le marché local, Pierre le gérant majoritaire a développé son entreprise en trois étapes dans une zone de chalandise très attractive. Grâce au soutien financier d'associés, il est passé d'une petite salle de quartier à une salle très moderne pour la petite ville dans laquelle il est implanté. Possédant une notoriété locale, un passé de sportif et une longue expérience dans le sous champ du fitness, il a développé une salle de fitness traditionnelle. En se positionnant comme les salles dominantes, avec de nombreuses innovations matérielles et des cours très actuels y sont proposés. La salle propose de nombreux cours franchisés Les Mills® qui représentent un coût non négligeable (environ 200€ par mois pour un concept de cours, Pierre en propose actuellement 8 sur son planning), dispose de trois salles pour les cours collectifs (salle de biking, salle de « small groups », et salle de cours chorégraphiés), d'un grand plateau de musculation très moderne et connecté, et d'une terrasse pour les cours en extérieur aux beaux jours. Un salon de beauté indépendant est adossé à la salle de fitness et propose des services connexes.

De manière différente, en zone rurale d'autres éléments sont à prendre en compte : la concurrence n'est pas existante, tout est donc à développer, *« mais c'est mon but aussi, enfin c'est quand j'ai créé la salle, ce que je voulais c'est vraiment, voilà, faire découvrir aux gens ce que c'était le fitness, parce qu'ici c'est quand même rural donc pour eux le fitness c'était Véronique et Davina »*, (Delphine, gérante polyvalente d'Oxygène).

Du côté des stratégies de conservation, nous avons identifié 6 salles, 3 salles de quartier (moyennes à petites) indépendantes (Espace Forme, Gym Land et Chloro'Fil), 2 salles moyennes indépendantes implantées en milieu rural (zone de revitalisation rurale, Vita Forme et My'Fit) et 1 salle franchisée implantée en ville (Le Club). Elles proposent un fitness traditionnel et très classique (faisant peu appel au fitness industrialisé). Deux nuancent leur

stratégie par de l'innovation ce qui peut être mis en relation avec l'âge des gérants (plus jeunes) et la variation des trajectoires sociales entre les enquêté·e·s, mais pas uniquement, nous y viendrons par la suite. En effet, la localisation géographique importe considérablement, un contexte urbain ou rural ne présuppose pas la même stratégie de positionnement ni le même profil de salle.

« *Les salles de quartier*²⁷ » ne s'imposent pas comme les salles dominantes mais font appel à d'autres stratégies et arguments commerciaux. Dans une position de salle dominée, ces petites salles et très petites salles (entre 400 et moins de 200 adhérents) disposent d'une autonomie relative, leur succès commercial réside davantage dans leur capacité à se maintenir dans le sous champ que dans la réalisation de profits commerciaux. Ainsi, elles ne disposent pas d'une plus grande liberté que les salles franchisées car la clientèle, qu'elle soit nombreuse ou plus réduite est, dans tous les cas, exigeante. Mais, les contraintes sont d'un autre ordre, la clé de la réussite pour ces petites salles est de se maintenir sur la durée. Aussi, la relation à la clientèle se distingue par rapports aux autres salles, elle devient plus qualitative, individualisée et se construit sur le long terme, « *je vois bien dans mes adhérentes, elles ont quand même hélas vieilli elles aussi, elles avaient 40 ans à l'époque, j'en ai plein qui arrivent à 70 ans et elles me font des cours de bike, elles ont un jus pas possible et puis je veux dire elles n'ont pas bougé ces femmes, voilà* », (Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme).

Qu'elles soient localisées en milieu rural ou dans les quartiers, ces salles misent sur une proximité avec les clients. Une relation plus individualisée qui prend le contre-pied des grandes salles trop individualistes. Cet argument souvent rappelé dans les entretiens semble être aussi un argument commercial qui se développe dans les stratégies de conservation.

« Et bien c'est parce qu'on fait du grand public, on n'avait pas une spécificité avec que du fitness, que du collectif, que de la muscu, on avait un mix et on essayait de répondre finalement à toutes les demandes, voilà (...). Voilà, la finalité (...) c'est d'être en contact avec un public et de faire ce pourquoi on se sent bien, de rester authentique, sincère et de ne pas passer notre temps à gérer des plannings, à gérer des courbes de chiffres de recettes/dépenses, etc (...). Oui, au fil des années, la partie muscu pure perd du terrain, perd du terrain, perd du terrain au profit des activités fitness grand public en fait. Mais alors ce que je vois c'est que l'on a développé surtout l'aspect ludique, voilà, on n'est plus que là-dedans j'ai

²⁷ Appelée comme cela par Maurice, le manager de Forméo Montplaisir.

l'impression. Il faut absolument amuser les gens. Il faut les amuser sinon ils s'ennuient vite et on joue sur le côté infantile et sur le côté grande consommation, quantitatif, ce qui fait remplir des salles et fait du chiffre. On est dans un objectif totalement quantitatif. Le bien être oui mais enfin l'essentiel c'est que l'on se défoule, c'est qu'il y ait du monde et l'image qui est véhiculée, je trouve qu'elle n'est pas suffisamment porteuse pour le grand public d'une image positive où il pourrait se sentir attiré par une activité qui pourrait le faire aller finalement mieux»
Serge, co-gérant polyvalent de Gym Land.

Cet extrait d'entretien de Serge est révélateur d'un positionnement lui aussi spécifique, en prônant une individualisation extrême de sa conception du fitness, un ethos²⁸ spécifique (Bourdieu, 1984). Il développe depuis 30 ans un fitness traditionnel, familial accessible à tous les budgets.

Enfin, 3 salles (Fit Form, Go Fitness et Hall Fitness) se distinguent par un positionnement exprimant une tentative de changement.

Pour les 2 salles Fit Form, la franchise semble permettre de dépasser le statut de salle de quartier, premièrement grâce une notoriété souvent nationale, la marque de la franchise évoque un profil de salle ici plutôt dynamique, en zone urbaine ciblant une clientèle jeune. De plus, l'argument tarifaire est attractif, en se positionnant de manière sécuritaire dans une tranche tarifaire plutôt basse, les franchises de notre enquête se veulent accessibles à tous les budgets. Pour les deux Fit'Form localisés dans la préfecture et la sous-préfecture du département, la franchise est bien en place, et cherche même à se développer dans le département sur des zones libres et moins urbaines (depuis deux ans, la franchise est passée de deux salles dans département à plus de six). Pour cette franchise nationale et européenne, la stratégie est claire : l'implantation massive des salles à bas coût sur tous les territoires. L'ouverture d'une salle Fit'Form est structurée par un « business plan » (un gérant et un coach avec un investissement plafonné dans un endroit ciblé), « *c'était de là où il restait de la place, parce que du coup chez Fit'Form aussi quand tu t'installes après pendant un an on te réserve ta zone sur 30 km. Il peut pas y avoir de concurrence Fit'Form qui s'installe* » (Sophie, co-gérante polyvalente, Fit'Form, Horsarieu). Toutes les salles sont quasiment identiques (seuls les locaux professionnels varient), le matériel est négocié via une centrale d'achat interne, ainsi que l'ensemble du

²⁸ Cette notion d'ethos est largement développée en partie 3.

packaging commercial et du partenariat avec des grandes marques de consommation à disposition des gérant·e·s. Les salles sont suivies par des audits de la franchise qui aident à structurer le lancement (formation interne à la franchise), et assurent la continuité (formation interne pour tous les concepts de cours propres à la franchise). L'aménagement de la salle se fait avec un plateau musculation et cardio-training, et une salle de cours collectifs. Selon les salles, il peut y avoir quelques variations dans le type de cours proposés mais le planning d'une quarantaine de cours collectifs par semaine est imposé dans un premier temps par la franchise, les gérants.e. procédant à des modifications dans un deuxième temps en relation avec le contexte local et les pratiquant·e·s. Les salles franchisées ont par conséquent une marge de manœuvre limitée en termes d'initiatives commerciales. Les activités sont imposées mais laissent quelques libertés, comme chez Fit'Form, ce qui est mis en place fonctionne au niveau national pour être renouvelé et appliqué dans toutes les salles, il s'agit là d'une stratégie de subversion.

Pour les salles indépendantes, le changement passe par des innovations, que ce soit du point de vue de l'offre de pratiques ou/et du matériel. Ouverte depuis peu au moment de l'enquête, Go Fitness est une salle indépendante gérée par Alain. Il cherche à assoir sa « marque de fabrique » dont le logo est révélateur du fitness qu'il souhaite développer.



Photo n° 1. Logo salle Go Fitness après son changement de nom
(capture d'écran issue du site internet)

L'ascension de la salle est très rapide, avec 800 adhérents lors de sa première année d'ouverture, Go Fitness se positionne sur une zone de chalandise (attractive parce que située près de la côte sud du département) déjà occupée par une grande salle dynamique (qui n'a pas souhaité nous

recevoir). En proposant un abonnement à bas coût, Alain veut révolutionner le marché du fitness local (30000 habitants sur la zone de chalandise). Il adopte une stratégie originale et mise sur une hétérogénéité de prestations allant du pôle dance au cross training en passant par le yoga et la salsa. En proposant dans un même lieu du fitness *hard*, traditionnel et *soft*, il développe une stratégie de subversion visant à bousculer l'ordre établi dans le sous champ au niveau local. De manière originale, il s'entoure de peu de salarié·e·s mais de nombreux intervenant·e·s²⁹ ce qui limite sa masse salariale et choisit de ne pas fonctionner avec une franchise de cours et allège considérablement ses charges et son plan comptable.

« Je réalise assez vite aussi que je vais mourir si je me mets juste sur la muscu. Je ne suis pas à un endroit de passage, Tomberpac c'est petit, il faut absolument que je fasse des cours donc j'ouvre le 1^{er} mars, ce n'était pas prévu mais le 1^{er} avril je lance les cours. (...) De toute façon, je vois déjà, je ne suis pas cher, en plus je dois jouer avec ça. Je ne suis pas cher et je n'ai pas le choix. Il faut que je prenne vite du client. (...) J'essaie de faire quelque chose parce qu'il y a une grosse émulation sur le sport, j'essaie de faire quelque chose qui soit différent. »

Alain, gérant de Go Fitness.

De la même façon, Jérémy, gérant de Hall Fitness s'inscrit pour un développement des activités musculation dites « hard » (Crossfit®) et investit considérablement dans du matériel spécifique. En maintenant une offre de fitness traditionnelle avec des intervenantes, il s'assure de la rentabilité économique de la salle tout en tentant une innovation partielle avec une offre diversifiée dans les pratiques de musculation ce qui est plus inhabituel.

Le principe de double hiérarchisation, externe et interne (Bourdieu, 1991c), permet d'envisager la position dans le sous champ du fitness sous deux formes : la reconnaissance par le grand public et le succès commercial (hiérarchisation externe) et la reconnaissance par les pairs (hiérarchisation interne). Les dominants étant plutôt confrontés à une forme de hiérarchisation externe et les dominés à une hiérarchisation interne. Mais sans être aussi tranché, nous l'avons évoqué précédemment, l'espace des salles est un espace de positions dynamique. Franchisées ou indépendantes, implantées en zone rurales ou urbaines, les

²⁹ Faire appel à des intervenant·e·s est relativement nouveau dans le sous champ, et au niveau local. Lors de notre expérience salariée en tant que professionnelle du fitness (2003-2004), dans une très grande agglomération d'Occitanie, cette forme de travail indépendant débutait et se retrouvait assez peu dans les petites villes.

caractéristiques des salles offrent des éléments de variation importants qui ne sont pas homogènes et donnent à penser que ces positions sont bien à analyser selon les prises de positions des agent·e·s.

1-3-2-3 Le cas des « outsiders » :

Avec un positionnement très spécifique, 3 salles se démarquent en occupant deux segments spécifiques du marché.

Avec un fitness exclusivement « *soft* » (quasi exclusivement des cours de Pilates®³⁰), Zen Studio et Équinoxe proposent, en milieu urbain, des espaces de bien-être et de pratiques dites douces.

« Zen Studio est à l'étage d'un immeuble en centre-ville. L'accès est sécurisé par un interphone. Le studio est une grande pièce en véritable parquet ancien sous les toits avec une charpente traditionnelle landaise apparente. La pièce présente un grand volume, elle est coupée en deux avec derrière les portes coulissantes le studio de cours collectifs et sur les côtés à droite et à gauche un vestiaire. L'accueil se présente sur le côté droit avec un comptoir et un bureau. En face un canapé et des livres de Pilates® sont disposés, quelques affiches de posture Pilates® et d'images « zen » complètent la décoration de la salle dans un style plutôt zen aux couleurs violet, écru et matériaux nobles (bois). Un petit espace tisanderie est à disposition avec un canapé. Dans le studio se trouvent du petit matériel (ballons, tapis) 4 espaliers, et un grand miroir. »

Extrait du carnet ethnographique.

Le choix de ce type de pratique se pose clairement en rupture avec le fitness traditionnel et représente ainsi une manière de pratiquer autrement et des modes d'engagement du corps dans l'activité différents. En proposant non pas un abonnement mensuel, mais un accès au cours avec des tickets dont le tarif est dégressif et la validité limitée dans le temps, l'accès à ces pratiques corporelles devient un mode de pratique distinctif. L'accès à ce type de tarif (18€ le cours) n'est pas à la portée de tou·te·s, le profil de la salle clairement intimiste et le nombre d'adhérent·e·s

³⁰ L'activité Pilates®, est une activité de renforcement musculaire pour les muscles profonds et posturaux, loin d'une dépense énergétique intense, la centration sur soi est de mise avec une rigueur des postures et des mouvements très précise, à l'opposé des pratiques de fitness où se mêlent musique forte et dépense énergétique pour les adhérent·e·s.

présent·e·s dans les cours ne semblent pas privilégier le grand public mais davantage une clientèle sélective.

« (...) On connaît maintenant les salles de gym, la génération salle de gym est passée, fitness et tout ça s'est passé, les gens connaissent que c'est un peu l'usine, que l'on vient là pour se défouler, mais il y a des personnes maintenant qui ont une autre approche du sport et c'est comme pour l'alimentaire je vais dire, on peut comparer ça à ça. Autant avant on allait au supermarché et on achetait ce qu'il y avait et maintenant on regarde d'un peu plus près les étiquettes et même à la rigueur on tourne le dos aux supermarchés et on va chercher le petit coin où l'on va mieux s'alimenter. C'est pareil dans le sport, c'est chercher l'endroit où on se sent un petit peu entouré, coucouné, protégé, voilà c'est ça que l'on cherche. (...) Oui, je pense que ce sont des personnes qui ne veulent pas se retrouver avec leurs clients. Pour l'instant c'est petit donc le fait de se retrouver à côté de son client ou de courir à côté de sa femme de ménage sur un tapis de gym, ça ne le fait pas. »

Sandrine, gérante polyvalente de Zen Studio.

En cela, la pratique se veut distinctive et cible des adhérent·e·s au capital économique et/ou culturel élevé. Pour autant, cela ne suffit pas forcément à se maintenir dans le sous champ. La position « d'outsider », cela n'est pas synonyme de réussite. Le maintien dans la durée est un véritable révélateur des stratégies gagnantes ou perdantes, lors de nos entretiens, Sandrine est déjà « déficitaire », son activité durera deux ans avant de fermer définitivement.

Une autre salle de soft fitness, Équinoxe, propose les mêmes types de prestations, elle est ouverte depuis une dizaine d'années. Implantée sur une zone commerciale, disposant d'un parking, Martine gérante polyvalente a su imposer durablement sa salle de Pilates® en se diversifiant (activités connexes liées au bien-être : massages, réflexologie, hypnothérapie, centre de formation professionnelle Pilates®).

« Alors en premier, donc la structure c'est pas une salle de remise en forme habituelle, c'est vraiment un studio Pilates®. (...) Et puis en même temps comme c'était assez singulier, y a 7 ans, on parlait pas du Pilates® comme maintenant, donc c'était une niche quand même les gens ne venaient pas facilement, donc en parlant, petit à petit en fait je me suis entourée aussi d'une masseuse, donc on a

mis un espace massage, y a un espace réflexologie plantaire, voilà y a eu plusieurs choses petit à petit, et au fur et à mesure des années, donc là maintenant mon frère qui est hypnothérapeute vient aussi, donc petit à petit voilà j'ai créé ce centre de bien-être. En même temps donc en 2011 j'ai lancé, j'ai créé le centre de formation, donc je forme également au Pilates® (...) allez je vais pas mentir, mais, non j'ai été en déficit pendant pas mal d'années et maintenant ça y est ça commence à tourner et là maintenant je peux me payer. »

Martine, gérante polyvalente d'Équinoxe.

Faisant le pari d'un positionnement risqué, Martine a déployé son activité dans le temps et se retrouve maintenant dans une situation économique pérenne.

De manière très atypique, le cas de *Ladies* illustre un autre positionnement « d'outsider ». Exclusivement réservée aux femmes, Sabine gérante de *Ladies* propose une offre de fitness spécifique, des parcours de renforcement musculaire via des appareils spécialement conçus pour les femmes. Si la clientèle d'une salle de fitness est très largement composée de femmes, l'exclusion des hommes n'est pas traditionnelle, tout comme les pratiques corporelles, la musculation étant culturellement une activité « masculine ».

« Alors Ladies c'est un peu différent des autres salles de sport. C'est un réseau de franchise. Donc moi je suis donc la gérante. Je suis franchisée indépendante et le principe de Ladies (...) c'est une salle qui a été conçue pour les femmes et le principe c'est de proposer des entraînements qui sont complets et efficaces en seulement 30 minutes.(...) Donc on travaille en fait sur un circuit avec des machines qui sont adaptées aux femmes mais qui permettent de travailler tout le corps et en fait c'est un entraînement qui est connu sous le nom de fractionné ou d'intervalles training (...) on s'adresse vraiment à des femmes de tous les âges, de toutes les conditions physiques qui peuvent avoir des objectifs différents, certaines sur de la perte de poids, d'autres pas mais en tous les cas ce qu'elles recherchent c'est quelque chose de court puisque la plupart sont des mamans avec des plannings super chargés, donc 30 minutes ça leur va très bien (...) elles savent que ça dure 30 minutes, donc y a pas du tout d'horaire imposé, le fait que ce soit ultra flexible, elles adorent et l'autre point aussi qu'on met en avant c'est que c'est coaché, y a toujours toujours une coach dans la salle et comme maintenant y a quand même beaucoup de salles qui s'ouvrent, des salles un peu low cost où on s'adresse pas au

même public, c'est des personnes qui sont un peu plus indépendantes mais du coup y a pas du tout de coach (...). Et c'est aussi l'idée de proposer quelque chose, c'est une petite salle, en général un club Ladies c'est 300, 350 adhérents, donc c'est quand même petit, donc on est vraiment très proche des adhérentes, c'est très convivial, on va un peu justement..., on veut pas du tout être dans le stéréotype des salles où ça peut être des fois un petit peu, un peu m'as-tu vu, j'y vais, on se regarde, moi j'ai mis ma super tenue dernier cri donc là c'est pas du tout ça (...). On est un peu dans le stéréotype le plateau musculation on va plutôt trouver des hommes, et les cours collectifs on va plutôt trouver des femmes donc là où c'est adapté (...) parce que les machines en général ça rebute pas mal les femmes. Néanmoins c'est quand même intéressant pour le travail musculaire mais ça a été adapté, en fait tout simplement c'est pas des machines, ce sont pas des machines à charge, en fait on utilise de la résistance hydraulique (...). Donc c'est principalement par rapport à ça que c'est conçu pour les femmes et après du coup c'est vrai qu'on a, du coup on n'a que des adhérentes femmes. Non, on peut pas inscrire un homme, ça fait partie de la franchise. »

Sabine, gérante de Ladies.

Cet extrait d'entretien avec Sabine, la gérante de la salle franchisée Ladies, est une présentation de sa salle et de la franchise avec laquelle elle est contractante. Assez long, ce dernier permet de révéler le positionnement de la franchise, puisque s'inscrivant dans un concept quasi inédit c'est bien une stratégie de subversion du fitness traditionnel dont il s'agit. En choisissant exclusivement comme cible le public féminin, la franchise s'adresse au 70% du marché du fitness (la plus grande part de marché). En spécifiant l'activité autour des appareils de musculation, le pari est risqué car il s'agit d'un espace culturellement réservé aux hommes. En effectuant cette transgression dans les modalités de pratique (les modes concrets d'engagement du corps), le concept mobilise d'autres arguments en faveur d'une légitimation de cette stratégie. L'accès exclusif des femmes à ce type de salle renforce alors une sexuation des espaces et des pratiques déjà bien ancrée dans le milieu sportif en général mais dans le champ du fitness en particulier. On repositionne les adhérentes, donc les femmes, dans un entre-soi exclusivement entre pair et dans un espace clos à part et fermé. De ce point de vue la stéréotypification sexuée est très importante. La légitimation d'ordre scientifique est tout aussi étayée par des arguments comme la conception d'un matériel spécifique aux femmes adapté aux morphologies et aux objectifs d'un public spécifique, la justification naturalisante semble donc

nourrir ce concept qui au premier abord se voulait novateur et subversif par rapport au fitness traditionnel. Cette spécificité est étudiée par Cindy Louchet et Oumaya Hidri Neys (2018) dont les travaux analysent la non-mixité des salles de fitness de cette franchise. Révélatrice de la « gouvernamentalité » (Foucault, 1989, p. 135) des corps d'un nouveau genre, celle du sport-santé, cette stratégie discriminante procède finalement à une essentialisation des rapports sociaux de sexe.

La position d'une salle en tant qu'outsider est donc à double tranchant même sous couvert d'une franchise, rassurant du point de vue économique, cette stratégie de positionnement n'est pas donnée gagnante surtout lorsque la concurrence est très importante.

1-2-3-4 Un espace en concurrence.

Les règles du jeu dans le champ sont simples : l'entrée dans le jeu est conditionnée par la capacité à s'y inscrire durablement, donc de manière rentable, la fin de l'activité de la salle de fitness signifiant l'exclusion du sous champ. Finalement, les dominantes, les grandes salles, imposent leur définition du fitness légitimée par les indices du succès commercial, les salles moyennes, plutôt subordonnées, tentent de se rapprocher du modèle des dominantes. Les « petites salles de quartier » s'organisent de manière conservatrice et les très petites salles se positionnent en tant que « outsiders » sur des parts de marchés spécifiques. Mais à l'intérieur de ces tendances, certaines salles font évoluer voire varier ces stratégies de positionnement économique dont l'analyse croisée avec celle des capitaux détenus par les agent·e·s du sous champ permettra un éclairage plus approfondi. Les luttes inhérentes au sous champ pour la définition légitime du fitness participent ainsi à une hiérarchisation des salles dans cet espace des salles. Les stratégies de positionnement sont donc essentielles pour s'installer durablement et de manière pérenne. L'autonomie et la liberté sont relatives et marquées par une forte dépendance au succès commercial. Alors que pour l'ensemble des gérant·e·s polyvalent·e·s indépendant·e·s elles sont la raison même du choix de carrière et représentent un des aspects les plus forts de l'ethos de ces professionnel·le·s du fitness³¹, l'autonomie et la liberté s'avèrent finalement très limitées. Cet espace des salles renseigne sur la hiérarchisation d'un espace en concurrence et permet de voir la façon dont se structure le sous champ à un niveau local. Le sous champ du fitness est ainsi en perpétuelle évolution, l'industrialisation mondiale du fitness

³¹ Pour un approfondissement, voir le chapitre 6.

mondial s'infiltrer petit à petit jusqu'au niveau local dans des contextes variés, urbain mais aussi rural, comme nous l'avons évoqué. La diffusion à tous les niveaux du champ des franchises de cours internationales, des modes de gestion franchisés transforme lentement mais progressivement un fitness local « artisanal » encore majoritairement indépendant en France.

1-4 Essai de typologie

Pour clarifier, l'enquête de terrain a permis d'établir une typologie de salle que nous avons établi à partir du « profil » de ces dernières. En superposant tous les indicateurs précédents, le « profil » de salle caractérise 4 ambiances : dynamique, familiale, intimiste ou sportif, est évoqué souvent par les professionnel-le-s. Une telle typification n'est pas exhaustive mais utile pour percevoir finement le positionnement des salles les unes par rapport aux autres.

L'ambiance « familiale » concerne les salles de petites dimensions, présentes depuis quelques années sur le marché où le fitness est traditionnel, le coût est dans la tranche tarifaire moyenne, implantée plutôt en zone rurale sans grande concurrence dans la zone de chalandise, « *ici concrètement, on connaît tout le monde et tout le monde nous connaît. (...) ici donc on nous connaît. Les gens ils viennent, ils cherchent aussi un conseil, mais un conseil pratique de vie, pas forcément que sportif quoi. Ça c'est super. Ça aussi c'est un des aspects qui me fait adorer mon boulot* », (Bertrand, co-gérant polyvalent de My'Fit).

L'ambiance « dynamique » caractérise les salles moyennes et/ou grandes (dont le coût de l'abonnement mensuel est hétérogène), modernes proposant un fitness majoritairement industrialisé franchisé ciblant une clientèle large et dynamique. Cependant une salle « dynamique » peut aussi être conviviale et n'est pas systématiquement impersonnelle comme le précise Jérôme, co-gérant polyvalent de Fit'Form, « *Les Mills® par exemple, (...) c'est plus du show et entre profs c'est la guerre il faut être le meilleur (...), moi c'est pas du tout ce qui m'attire dans le fitness ce qui fait qu'on a une salle conviviale ici. (...) ici sur 900 adhérents vous en avez peut-être 10 % qui veulent vraiment une performance sportive quoi ou qui préparent leurs courses à côté mais c'est avant tout esthétique, ou alors du bien-être et voilà penser à autre chose (...) ils ont envie de s'échapper du boulot un peu donc ils viennent ici une heure pour se défouler* ».

L'ambiance « intimiste » concerne les salles avec des pratiques essentiellement basées sur le *soft fitness*, le bien-être (wellness), le coût de l'abonnement est élevé, par conséquent l'accès sélectif et le nombre d'adhérent-e-s réduit. Dans ce cas, les salles sont plutôt petites et très « cosy »,

L'ambiance « sportive » est spécifique aux box de Crossfit® (non investiguées sur le terrain) à priori accessibles à tou·te·s, mais au vu de l'intensité des cours (mouvement d'haltérophilie, de gymnastique sportive, aux agrès, de force athlétique) et du coût de l'abonnement (au-delà de 55€ par mois), on peut considérer que cette offre s'adresse aux compétiteur.rice.s (« Crossfit® games »).

Cette classification de profils de salle permet de préciser les règles du jeu du champ à savoir, le « profil » de la salle devient un enjeu central, un atout majeur pour se démarquer puisque potentiellement toutes les salles peuvent proposer les mêmes activités. Les stratégies commerciales s'établissent alors sur ce qui n'est pas proposé « ailleurs » et ce qui peut faire la spécificité de la salle pour attirer et fidéliser les adhérent·e·s. En filigrane se dessine une lutte pour être « la salle » bénéficiant de la meilleure reconnaissance, c'est-à-dire d'une forme de pouvoir ou d'une capacité d'attraction se traduisant différemment. Pour certain·e·s, la reconnaissance passe par un grand nombre d'adhérent·e·s, un chiffre d'affaires conséquent, une rentabilité et une reconnaissance entre pairs, alors que pour d'autre la reconnaissance est celle des client·e·s fidèles depuis de longues années ou/et le mieux-être des adhérent·e·s : une reconnaissance moins concrète économiquement et beaucoup plus symbolique. Cette économie des biens symboliques (Bourdieu, 1977) spécifie ce travail de production de services autour du corps, dont on ne peut mesurer directement les effets, mais qui contribue à transformer la reconnaissance symbolique en rentabilité économique.

Derrière ces positions occupées par les salles se trouvent les agent·e·s du sous champ, et comprendre finement sa structuration passe par une analyse de ces dernier·ère.s. En creux se dessine, la prise en compte de la salle de fitness comme un espace de relations sociales, par conséquent un espace socialisateur au cœur des rapports sociaux de sexe. Notre corpus de données ne s'étend pas jusqu'aux très grandes villes ou agglomérations urbaines qui aurait pu permettre une comparaison ou livrer d'autres éléments de structuration du champ. Mais, c'est bien là l'originalité de notre enquête, montrer que le fitness au niveau micro social s'articule avec la mondialisation et de l'industrialisation de celui-ci mais aussi en résistance par rapport à une culture fitness qui se voudrait homogène (Andreasson & Johansson, 2018). La culture fitness et les salles de fitness sont développées et façonnées dans une diversité de contextes locaux et nationaux (Lloyd & Payne, 2018) par des agent·e·s aux trajectoires singulières.

1-5 Les agent·e·s de l'enquête, les professionnel·le·s rencontré.e.s

La pratique des agent·e·s, c'est-à-dire leur activité sociale concrète (Bourdieu, 1972, 1980) est le résultat des conditions historiques et sociales. Elle suppose un sens pratique qui permet à l'agent d'ajuster son habitus aux conditions objectives du champ, l'habitus cadrant à son tour les pratiques dans un champ donné (Golsorkhi & Huault, 2006). Bourdieu en parle ainsi, « les conditionnements associés à une classe particulière de conditions d'existence produisent des habitus, systèmes de dispositions durables et transposables, structures structurées prédisposées à fonctionner comme structures structurantes, c'est-à-dire en tant que principes générateurs et organisateurs de pratiques et de représentations qui peuvent être objectivement adaptées à leur but sans supposer la visée consciente de fins et la maîtrise expresse des opérations nécessaires pour les atteindre » (1980, p.88). Autrement dit, il s'agit de dispositions incorporées qui s'acquièrent tout au long des socialisations de manière dynamique puisque l'habitus s'actualise de manière incrémentale et historique (Bourdieu, 1997). L'habitus induit des conduites objectivement adaptées à la logique du champ social et se traduit par des styles de vie et des jugements. Les pratiques rendues possibles grâce à l'habitus et au volume des capitaux détenus permettent alors aux agent·e·s de s'adapter, d'improviser et de s'ajuster dans la limite de la doxa et de l'illusio. La doxa, guidant la compréhension du monde social des agent·e·s selon leur champ d'appartenance, se définit comme un « ensemble de présupposés inséparablement cognitif et évaluatifs, dont l'acceptation est impliquée par l'appartenance même (au champ) » (Bourdieu, 1997, p.145). En alimentant et protégeant la doxa et l'illusio, les dominant·e·s tentent de maintenir leur position dans le champ, alors que les dominé·e·s cherchent à changer les règles du jeu. L'illusio agit alors comme un voile, un ensemble de « croyances fondamentales dans l'intérêt du jeu et la valeur des enjeux, inhérent à cette appartenance (au champ) » (Bourdieu, 1997, p.25). Grâce à l'illusio, les agent·e·s donnent un sens à leur vie en l'insérant dans le jeu des enjeux du champ (Golsorkhi & Huault, 2006). Ces précisions d'importance sont indispensables à la compréhension de l'interdépendance et de l'interaction des capitaux. Aussi, prendre en compte les façons dont l'habitus et le champ se structurent est nécessaire pour analyser l'évolution des pratiques des agent·e·s.

Les grandes espèces de capital : économique, culturel, social et symbolique agissent comme critères du positionnement individuel dans l'espace social. Le volume global du capital, c'est-à-dire la plus ou moins grande dotation d'un individu en capital économique, social et culturel ;

et la structure du capital, soit la part du capital économique et culturel dans le volume global sont des marqueurs forts de la distinction dans les sociétés contemporaines. Ils font partie des invariants et fondamentaux de la définition d'un champ, mais nécessitent d'être différenciés et spécifiés selon les types de champs (Lahire, 1999a). Ainsi, dans cette partie nous faisons un état des lieux du volume et de la structure des capitaux des enquêtés afin d'objectiver leur position dans le champ. En raison des processus de différenciation sexués qui organisent le marché du travail en général, et les salles de fitness en particulier, nous comparons systématiquement les capitaux des hommes et ceux des femmes. De cette façon, l'analyse permettra, par la suite, de comprendre la façon dont ces capitaux sont mobilisés en fonction du sexe des enquêté·e·s, de leur trajectoire sociale, mais aussi selon les différents contextes, pour comprendre les stratégies de positionnement économique dans le sous champ et plus précisément dans cet espace local des salles de fitness. L'intérêt de ces informations ne se limite pas à cette partie et est indispensable à la poursuite de l'analyse de ce régime de genre du fitness.

1-5-1 Le capital économique

Il représente l'ensemble de ressources économiques d'un individu (le patrimoine matériel et les revenus) et mécaniquement il permet de disposer plus facilement d'autres capitaux (Bourdieu, 1979). Les revenus et le chiffre d'affaires sont les seules sources d'information obtenues lors des entretiens biographiques, le patrimoine matériel est évoqué de manière indirecte, aussi il est difficile de le rendre objectivable. Cependant quelques éléments révélés dans les entretiens et les observations de terrain peuvent donner des indices sur le niveau de vie des enquêtés. Nous proposons donc deux graphiques qui rendent compte respectivement du chiffre d'affaires et du salaire, de manière distincte pour les femmes et pour les hommes. Le salaire est un élément plus représentatif que le chiffre d'affaires, certains éléments n'étant pas à disposition (masse salariale, diverses charges et frais à imputer sur le chiffre d'affaires) pour connaître le bénéfice réel. Compte tenu de la diversité des statuts (salarié·e·s, co-gérant·e, etc), le salaire permet d'obtenir une indication générale concernant le niveau de revenus des agents au niveau micro social.

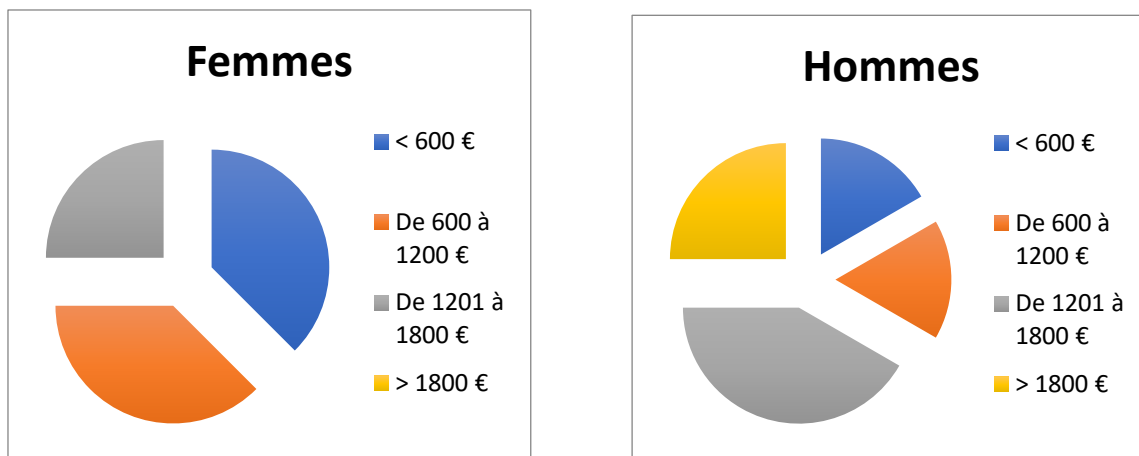


Tableau n°3, Différenciation sexuée des revenus³².

Hommes et femmes confondus, 33% des enquêtés ont un revenu inférieur au SMIC, 19% un revenu équivalent au SMIC et 43% un revenu supérieur au SMIC. Assez loin des salaires médians de la population française qui avoisinent 2369 € (toutes catégories socioprofessionnelles), 1774 € pour la catégorie ouvrierère et 1690 € pour les salarié·e·s (INSEE, 2018).

De manière proportionnelle³³, 50% des femmes ont un revenu inférieur au SMIC contre 25% chez les hommes ; 25% des femmes et 16% des hommes ont un revenu équivalent au SMIC ou légèrement supérieur (jusqu'à 1300€) ; 25% des femmes ont un revenu supérieur au SMIC contre 58% des hommes.

De manière différenciée, sur 10 enquêtées, 4 gagnent moins que le SMIC (environ 1171 € net/mois), 2 ont un salaire équivalent au SMIC (1200 €), 2 au-delà (1600 et 1800 €/mois) et 2 n'ont pas souhaité faire part de leurs revenus. Pour les hommes, sur 15 enquêtés, trois ont un revenu mensuel inférieur au SMIC, 2 ont un revenu équivalent ou légèrement supérieur (1200/1300€), 7 ont un revenu au-delà (de 1500 € à 2000€), et 3 indiquent vivre sur le compte de la société en tant que gérant.

De manière classique, les hommes ont un revenu supérieur aux femmes au niveau local tous statuts confondus, mais quel que soit le sexe, le salariat est plus intéressant financièrement à priori, car finalement pour les non-salarié·e·s c'est plus difficile à estimer. Cependant des nuances se dessinent, les femmes bénéficiant des revenus les plus élevés sont celles qui sont

³² Il est important de préciser que n'apparaissent pas sur le graphique, deux enquêtrices dont le salaire n'a pas été déterminé et trois hommes « vivant sur le compte de la société » pour lesquels il est difficile de définir le salaire de manière directe, d'autres éléments dans les entretiens permettront de faire des hypothèses sur le niveau de vie de ces enquêtés.

³³ Par souci de lisibilité nous avons retranché du nombre d'enquêtés, les hommes (-3) et femmes (-2) dont le salaire était non déterminé, ce qui permet d'obtenir des pourcentages au plus près de la réalité.

salariées (2), le statut de cheffe d'entreprise (gérante ou co-gérante polyvalente) ne leur permet pas d'obtenir un salaire plus important. Pour les hommes, ceux qui ont les revenus les plus élevés (1800€ et au-delà) sont salariés (2), salarié et auto-entrepreneur (1), gérant polyvalent (1). Le statut de gérant ou co-gérant polyvalent n'est pas homogène, les revenus allant de 600€ à 2000€. Pour affiner ce constat, s'intéresser au chiffre d'affaires peut être également intéressant.

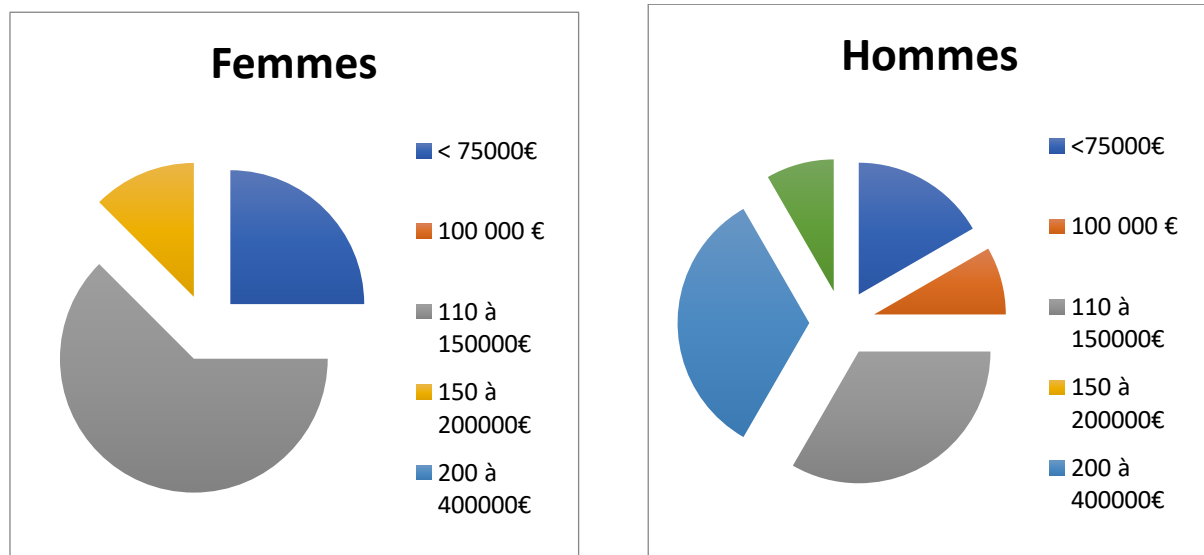


Tableau n°4, Différenciation sexuée du chiffre d'affaires.

A cette lecture, on peut constater que 25% des femmes et 16% des hommes gèrent une entreprise au chiffre d'affaires inférieur ou équivalent à 75000 €. Elles sont 62% contre 33% chez les hommes, à obtenir un chiffre d'affaires compris entre 110 et 150000€. Et seulement 12%, contre 41% pour les hommes, gèrent une salle de fitness au chiffre d'affaires supérieur à 200000 €. Les hommes semblent donc à la tête des plus grosses entreprises, les femmes se concentrant majoritairement au niveau des très petites et petites entreprises.

Ces deux indicateurs, le salaire et le chiffre d'affaires, permettent de penser que classiquement les hommes détiennent un capital économique plus élevé dans le sous champ. Le manque d'éléments au niveau macro social ne permet d'établir de comparaison (entre le niveau micro et macro), cependant, lorsque les professionnel·le·s du fitness (traineur·euse·s nationaux) sont présent·e·s sur des conventions de fitness (comme le Salon Mondial du Body Fitness), représentent des marques (égéries), ou encore animent des blogs de fitness (de manière reconnue) il·elle·s augmentent leurs revenus mensuel et/ou bénéficient d'avantages en nature (Charissou, 2019).

Pour revenir aux enquêtés du département des Landes, quelques éléments issus des entretiens sont à noter et peuvent contribuer à apprécier le capital économique et estimer un niveau de vie.

	Salaire	Chiffre d'affaires	Éléments issus des entretiens ou de l'observation ethnographique
Serge	1 200 €	110-150000€	Divorcé, 1 fille (adulte). 28 ans d'ouverture de sa salle ³⁴ . Peu de loisirs. Fait du coaching individuel en supplément
Nicolas	1800 €	110-150000€	Salarié vit avec Delphine (sans enfants) ³⁵ dans une petite ville à côté du lieu de travail. Peu de loisirs compte tenu du rythme de travail et des amplitudes horaires.
Baptiste	600 €	110-150000€	Bénéficie de l'ACCRES ³⁶ , vit en zone rurale avec Laura, ont un enfant. Peu de loisirs.
Benoît	0 €	63000€	Marié, 1 enfant. A vendu sa maison pour l'investissement de sa salle. Est en location. Vit sur ses économies. Loisir : golf
Florent	0 €	63000€	Concubinage, 1 enfant. Vit sur ses économies. Loisir : course de voiture
Jérôme	1500 €	270-280000€	Concubinage. Dispose d'un salaire. Dotation en vêtements par l'entreprise plus divers avantages en nature. Peu de loisir compte tenu du temps de travail.
Jérémy	ND	<100000€	Concubinage. Vit dans la salle de fitness. Peu de loisirs vu l'amplitude horaire de la salle. Vit sur le compte de l'entreprise.
Alain	ND	350-400000€	Vit en concubinage. Divorcés deux fois, 3 enfants. A vendu ses biens pour ouvrir sa salle. Bénéficie des avantages de l'entreprise (téléphone, repas, etc), vit « à crédit ».
Pierre	2000 €	400000€	Vit seul. Divorcé, 1 enfant (adulte). Loisirs sportifs (triathlon, surf, vtt)
Bertrand	1500 €	110-150000€	Vit seul dans une petite ville, dans l'appartement au-dessus de la salle. Famille sur place (mère, grands-parents). Avantages de l'entreprise (téléphone, voiture). Loisirs sportifs (surf, vtt, rugby)
Marc	1500 €	110-150000€	Vit en concubinage une petite ville. Famille sur place (mère, grands-parents). Avantages de l'entreprise. Loisirs sportifs (surf, vtt, rugby)
Maurice	2000 €	1 100000€	Vit en concubinage, 1 enfant. Dans une petite ville. Bénéficie d'avantages en nature (téléphone, voiture de fonction)
Alban	1300 €	ND	Vit seul, chez ses parents. Revenus aléatoires (auto-entrepreneur) coaching à domicile, intervenant dans les salles, jury pour les BPJEPS

³⁴ Après 28 ans d'ouverture, on peut penser que les crédits liés à l'entreprise sont épuisés ou presque ce qui engendre moins de charges pour l'entreprise et éventuellement des revenus supérieurs, ou du moins une comptabilité moins tendue.

³⁵ Au moment de l'entretien, aujourd'hui ils ont eu deux enfants, sont séparés et ne travaillent plus ensemble depuis peu.

³⁶ L'ACCRES est une aide aux chômeur·euse·s créant ou reprenant une entreprise. Elle permet d'être exonérée de cotisations pendant douze mois et d'être indemnisé pour le chômage.

			Loisir : triathlon
Michel	ND	250000€	Vit seul dans une ville moyenne. Peu de loisirs. Bénéficie des avantages de l'entreprise et vit sur le compte de l'entreprise.
Guillaume	2000 €	ND	Vit en concubinage, 1 enfant. Salarié et auto-entrepreneur (coaching à domicile et en club). Bénéficie de temps libre. Loisirs : tennis, voyage

Tableau N°5, Estimation du niveau de vie des enquêtés

Au regard de ces informations, on peut considérer que plusieurs niveaux de vie se dessinent. Le capital économique agit en interaction avec les autres types de capitaux, il permet d'obtenir un niveau de vie plus ou moins élevé.

Comme pour les hommes, le capital économique des femmes enquêtées n'est pas élevé. Néanmoins, aucune évoque un niveau de vie faible ou des conditions économiques difficiles, à part Sandrine dont la salle est déficitaire, mais dont la situation économique n'est pas précaire (pour des raisons particulières que nous développerons ultérieurement). On peut souligner qu'aucune n'indique « *vivre à crédit* » ou « *sur le compte de la société* ».

Prénom	Salaire	Chiffre d'affaires	Éléments issus des entretiens ou de l'observation ethnographique
Nicole	1 200 €	110-150000€	Vit en concubinage. Divorcée, 1 enfant (adulte). 28 ans d'ouverture de sa salle ³⁷ . Peu de loisirs. Fait du coaching en plus de son salaire de manière conséquente.
Delphine	ND ³⁸	150-200000€	Vit avec Nicolas (sans enfants) ³⁹ dans une petite ville à côté du lieu de travail. Peu de loisirs compte tenu du rythme de travail et des amplitudes horaires. Est formatrice « Les Mills® » donc bénéficie d'avantages et de rémunération en sus.
Laura	600 €	150-200000€	Bénéficie de l'ACCRE ⁴⁰ , vit avec Mathieu, ont un enfant. Vit dans une petite ville. Peu de loisirs.
Laurence	ND	110-150000€	Vit en concubinage. Divorcée, 1 enfant (adulte). 28 ans d'ouverture de sa salle ⁴¹ . Sa maison est collée à la salle (même bien immobilier). Peu de salarié·e·s et fonctionne avec de nombreux·es stagiaires ce qui limite les charges.
Sandrine	0 €	CA déficitaire	Mariée, 3 enfants. Loisirs : voyages
Martine	0 €	75000€	Mariée, 2 enfants. 10 ans d'ouverture de sa salle qui commence à être bénéficiaire. Centre de formation Pilates® qui engendre des revenus supplémentaires. Travaille avec des intervenant·e·s et collègues lui versant un loyer (masseur·se, hypno-thérapeute)
Sophie	0 ⁴² €	120-130000€	Vit en concubinage, en location d'une maison dans une ville moyenne.
Sabine	1200 €	135000€	Vit en concubinage, dans une petite ville sur la côte sud. Loisir : voyage
Marion	1800 €	ND	Vit en concubinage, 1 enfant. Salariée, elle bénéficie de toutes les vacances scolaires puisqu'elle travaille en association. Elle est jury BPJEPS et formatrice également BPJEPS.
Véronique	1600 €	1100000€ (la salle de son mari)	Mariée, 1 enfant. Fait du coaching individualisé source de rémunération en sus de son salaire. Loisirs : voyages, ski, sorties.

³⁷ Après 28 ans d'ouverture, on peut penser que les crédits liés à l'entreprise sont épuisés ou presque ce qui engendre moins de charges pour l'entreprise et éventuellement des revenus supérieurs, ou du moins une comptabilité moins tendue.

³⁸ Au dire de l'enquêtée l'entreprise « *sort deux salaires* » celui de Nicolas et le sien, on peut imaginer que le sien est au moins égal à celui de son salarié qui est son compagnon.

³⁹ Au moment de l'entretien, aujourd'hui ils ont eu deux enfants, sont séparés et ne travaillent plus ensemble depuis peu.

⁴⁰ L'ACCRE est une aide aux chômeurs créant ou reprenant une entreprise. Elle permet d'être exonérée de cotisations pendant douze mois et d'être indemnisé pour le chômage.

⁴¹ Après 28 ans d'ouverture, on peut penser que les crédits liés à l'entreprise sont épuisés ou presque ce qui engendre moins de charges pour l'entreprise et éventuellement des revenus supérieurs, ou du moins une comptabilité moins tendue.

⁴² Au moment de l'entretien, Sophie ne se versait pas de salaire. Depuis, une deuxième salariée est venue renforcer l'équipe de la salle. Sophie a changé de voiture. Elle a eu 2 enfants. On peut donc penser que la salle est devenue rentable et qu'elle se verse un salaire.

Tableau N°6. Estimation du niveau de vie des enquêtés

Ces informations complémentaires montrent que le capital économique vu uniquement sous l'angle des revenus ou du patrimoine nécessite d'être complété par des éléments connexes, tels les avantages en nature, pour avoir une idée plus précise du niveau de vie. Un autre élément semble aussi d'importance, celui de la situation professionnelle du conjoint. Effectivement les situations conjugales méritent d'être examinés pour percevoir comment l'entreprise d'un des conjoints peut être amenée à peser sur le budget du ménage, ou comment le salaire du conjoint permet de faire vivre la famille, ce qui également le cas pour d'autres professionnel-le-s du sport (Bonnemaison, 2018).

Enquêtés	CSP de la conjointe
Serge	Vit seul
Nicolas	Gérante salle de fitness
Baptiste	Co-gérante salle de fitness
Benoît	Salariée, responsable RH agence d'intérim
Florent	Salariée dans une agence d'intérim
Jérôme	Infirmière
Jérémy	Éducatrice spécialisée
Alain	Vit seul
Pierre	Vit seul
Bertrand	Vit seul
Marc	Salariée
Maurice	Salariée
Alban	Vit seul
Michel	Vit seul
Guillaume	Avocate

Tableau N°7. Catégorie socioprofessionnelle des conjointes

Ainsi, 6 enquêtés vivent seuls, par conséquent ils ne peuvent compter que sur leurs propres ressources. Ils sont donc plus vulnérables en cas de faibles revenus, ce qui se perçoit dans leurs discours. Deux enquêtés sont en couple privé et professionnel, l'entreprise est donc au cœur de la stabilité économique de ces couples. 6 enquêtés ont une conjointe salariée, et 1 enquêté a une conjointe qui travaille en libéral, de cette façon le capital économique du conjoint peut être mobilisé, mais il s'agit d'un revenu peu élevé (sauf pour Lionel dont la conjointe est avocate). Classiquement, on voit que le travail des conjointes se répartit dans des CSP où se concentre la grande majorité des femmes : le social, la santé et les emplois peu qualifiés (Chappert, 2009).

Enquêtées	CSP du conjoint
Nicole	Ex-femme de Serge Compagnon actuel : Non déterminé
Delphine	Salarié de l'entreprise de Delphine.
Laura	Co-gérant de salle de fitness
Laurence	Ex-mari : Garde forestier (fonctionnaire ONF) Compagnon actuel : Retraité de l'armée de terre
Sandrine	Vétérinaire
Martine	Fonctionnaire (chambre d'agriculture)
Sophie	Salarié, barman
Sabine	En création d'entreprise, indépendant.
Marion	Militaire
Véronique	Directeur général des 3 ForméO

Tableau N°8, Catégorie socioprofessionnelle des conjoints

A l'inverse des accompagnatrices de moyenne montagne, évoquées par Fleur Bonnemaison (2018), nos enquêtées ont des conjoints aux revenus plus élevés que les conjointes de nos enquêtés et permet de penser (notamment dans le cas Sandrine dont la salle est déficitaire) que

les enquêté·e·s bénéficient d'appuis familiaux de différentes natures⁴³. Trois enquêtées sont en couple privé et professionnel, la salle de fitness est par conséquent au cœur du capital économique et de la stabilité financière du couple. De manière générale, les conjoints des enquêtées ont un capital économique plus élevé que les conjointes des enquêtés, et plus élevés que leurs conjointes. Cette situation résulte des inégalités observées sur le marché du travail (Maruani, 2003) les hommes accèdent davantage que les femmes à des situations professionnelles à responsabilités et/ou bénéficient de revenus plus élevés (Fortino, 2002).

Par conséquent et pour conclure sur ce point, il est important de prendre en compte les éléments annexes aux revenus et au patrimoine pour rendre compte du niveau de vie de nos enquêté·e·s. Les avantages dont il·elle·s peuvent bénéficier grâce à l'entreprise ne sont pas significatifs du point de vue du volume du capital économique mais ils permettent d'expliquer certaines situations où les enquêté·e·s indiquent « *ne pas se verser de salaire* » ou « *vivre sur le compte de l'entreprise* ». D'autre part, le capital économique du conjoint, supposé grâce à la catégorie socioprofessionnelle, permet aussi de donner des éléments de compréhension de certaines situations. Notamment celles possible grâce à la situation conjugale, comme pour Guillaume et Véronique qui bénéficient d'un niveau de vie plus élevé que celui correspondant à leur seul revenu ou encore de Sandrine, qui peut continuer son activité (en étant déficitaire depuis plus d'un an).

1-5-2 Le capital culturel

Les ressources culturelles se présentent sous 3 formes, 3 « états » : « *incorporées* » (par exemple les dispositions, savoir et savoir-faire qui constituent un habitus) par travail d'inculcation et d'assimilation ; « *objectivées* » (biens culturels) par l'acquisition de dispositions pour apprécier les biens possédés ; « *institutionnalisées* » relatives aux diplômes scolaires (Bourdieu, 1979). Le capital culturel et le capital économique sont des éléments distinctifs, dont le volume détermine la structure du capital global des agent·e·s et par conséquent leur position dans le champ. Dans une perspective d'analyse de mobilisation différenciée des capitaux dans les stratégies de positionnement économique, nous gardons la même structure de comparaison, à savoir les femmes et les hommes enquêtés.

⁴³ Ce point est abordé dans la partie 3, chapitre 5.

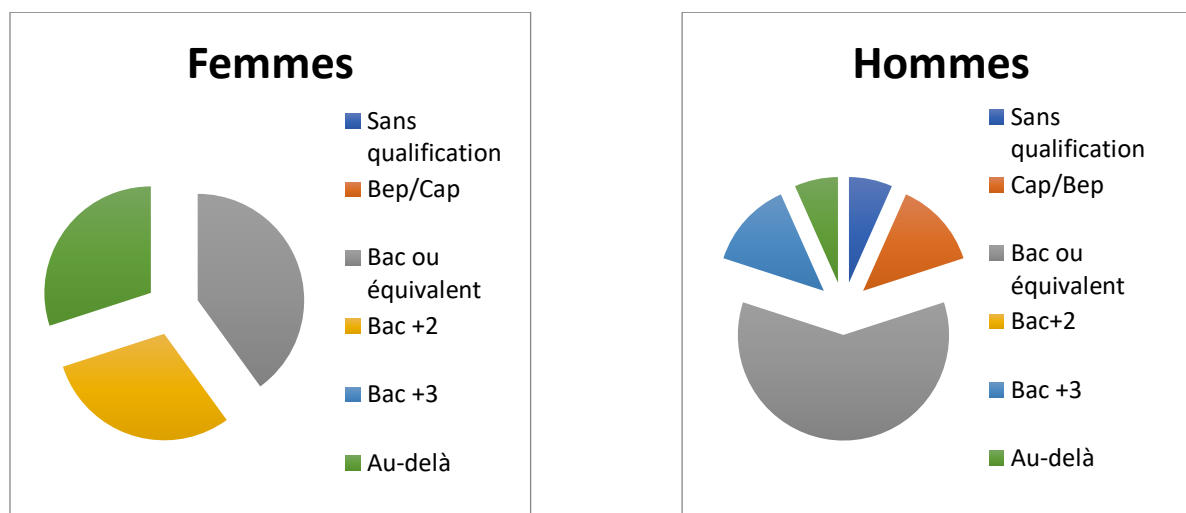


Tableau n°9, Différenciation du capital culturel « institutionnalisé » selon le sexe.

Ainsi pour l'ensemble de nos enquêté·e·s, 4% n'ont aucune qualification, 44% ont le Baccalauréat ou équivalent et 24% un diplôme supérieur, la moyenne nationale étant estimée à 37,9% de 25-64 ans en France (M.E.S.R.I, 2021). Le fait que les femmes soient plus dotées que leurs collègues masculins est souvent observé dans le monde du travail, y compris pour les travailleur·euse·s sportif·ive·s (Mennesson, 2005b; Bonnemaïson, 2018).

Sur 10 enquêtées, 4 ont le baccalauréat (dont une a une équivalence)⁴⁴. 3 ont des diplômes de niveau Bac +2, 2 de niveau Bac+4 et 1 de niveau Bac+5. Autrement dit, elles disposent d'un capital culturel « institutionnalisé » élevé, sont surdiplômées par rapport à leur salaire. Pour Sandrine, titulaire d'une équivalence avec ses diplômes d'éducatrice sportive de Niveau IV, la socialisation familiale (fratrie de six frères et sœurs) et de faibles dispositions scolaires ne lui ont pas permis de s'engager dans une scolarisation favorable. Elle s'arrête au niveau du bac en filière G avec une année de retard. Les enquêtées disposant d'un Bac + 2, sont issues de la filière commerciale, secrétariat et gestion. Sophie dispose d'un DEUST STAPS, Delphine d'un BTS Action Commerciale et Laurence un BTS Secrétariat de Direction. Les titulaires d'un Bac+ 4 ont poursuivi leurs études en STAPS (Véronique a présenté le CAPEPS sans l'obtenir, Laura s'est arrêtée au Master1), enfin Sabine titulaire d'un Bac+5 s'était orientée vers le tourisme et le marketing.

⁴⁴ Le niveau scolaire est entendu aussi par rapport à ses équivalences, certain·e·s enquêté·e·s n'ont pas obtenu le Baccalauréat, mais l'obtention d'un diplôme tel que le BEES MDF, l'HACUMESE ou le BPJEPS qui permet l'acquisition du niveau IV (équivalent du Baccalauréat).

Pour le groupe des femmes, ce sont 80% des enquêtées qui ont suivi une scolarisation classique dans une filière dite « féminine » (Baudelot & Establet, 1992), seulement 2 ont investi le champ du sport comme potentiellement porteur d'un avenir professionnel. Ce n'est donc pas la socialisation scolaire qui a permis à nos enquêtées de faire du sport leur métier, voire leur carrière, cependant, le capital culturel « *institutionnalisé* » et les dispositions acquises seront mobilisé.e.s dans les contextes professionnels par la suite.

Pour le groupe des hommes, 1 enquêté ne dispose d'aucun diplôme scolaire, 2 sont issus d'une filière courte professionnelle (CAP/BEP), 2 ont le niveau Baccalauréat avec leurs diplômes d'éducateur sportif de Niveau IV, 7 ont le Baccalauréat (STG, STI), 2 enquêtés ont un Bac +3 (licence STAPS) et un seul a un niveau Bac +4 (gestion des entreprise et finance). Le capital culturel « *institutionnalisé* » est donc conforme à ce que l'on retrouve dans la littérature (Baudelot & Establet, 1992), du point de vue de l'orientation dans des filières « masculines » pour nos enquêtés issus majoritairement des classes populaires et moyennes.

1-5-3 Le capital symbolique

Dans l'enquête, rendre le capital symbolique objectivable revient à mettre au jour des éléments de prestige et de reconnaissance dont les plus saillants et caractéristiques semblent être : le statut social et le nombre d'années de présence dans le champ. Ce capital symbolique cherche à être augmenté (stratégies d'accumulation) ou conservé par les agent.e.s, le temps pouvant jouer défavorablement ou favorablement sur le volume de ce capital.

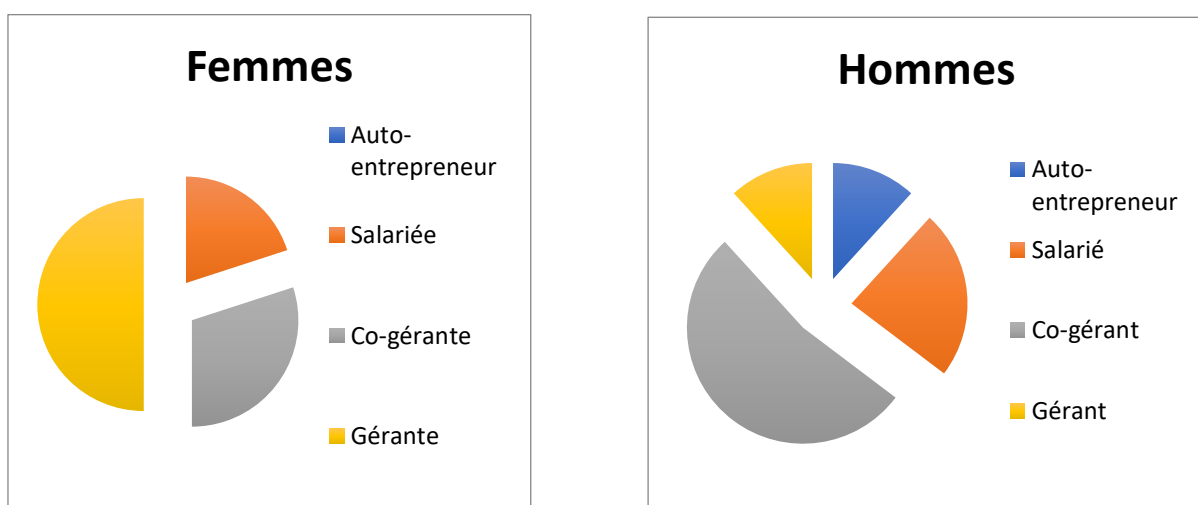


Tableau n°10. Statut social des enquêté.e.s.

Le groupe des enquêtées est caractérisé par une majorité de statut de gérante (50%) et de co-gérante (30%), viennent ensuite les salariées (20%). Cette majorité de femmes entrepreneures dans le champ à un niveau micro social n'est pas classique. En effet, depuis les années 1950, les femmes ont massivement investi le salariat mais, trouver une place dans la hiérarchie des emplois est toujours plus difficile. Les femmes dirigeantes d'entreprise sont plus diplômées que les hommes, il y a une « course en tête des jeunes filles dans l'accès au diplôme » (Baudelot & Establet, 1992). Le capital culturel « institutionnalisé » plus élevé des enquêtées corrobore ce qui a été évoqué précédemment, nos enquêtées sont plus diplômées et occupent, pour moitié, un statut de cheffe d'entreprise. Par conséquent, de manière symbolique, nos enquêtées ont investi un champ dit « masculin » celui du sport et d'un point de vue professionnel, occupent une place plus élevée dans la hiérarchie sociale que nos enquêtés. Cependant, s'arrêter à ce simple constat serait omettre que la féminisation du marché du travail est réelle mais inaboutie. En effet, les inégalités et la précarité, les inégalités de salaire, de chômage et de forme d'emploi touchent majoritairement les femmes (Maruani, 2003). Les travaux de Sylvie Chappert (2009) concernant le genre et les conditions de travail met en avant une double ségrégation pour les femmes et un « effet de genre », d'une part en relation avec les emplois occupés (précarités, postes peu qualifiés) et d'autre part dans les emplois mixtes où les tâches assignées aux hommes et aux femmes sont différentes. Cet aspect de bi-partition sexuée du métier (Maruani, 2003) et des compétences dites « mixtes » nous intéresse particulièrement compte tenu de la spécificité du terrain de notre enquête, secteur professionnel dit « mixte ». Par conséquent, le « plafond de verre » concept développé dans les années 1970, agit toujours à la manière d'une barrière symbolique mais effective empêchant les femmes d'atteindre le sommet de la hiérarchie au sein de leur domaine professionnel. A diplômes et statut équivalents aux hommes, les femmes se heurtent à un « mur invisible » qui contraint leurs chances de parvenir aux plus hautes responsabilités, ce qui a largement été démontré pour le métier de député (Achin, 2005), les femmes médecins (Lapeyre & Le Feuvre, 2005), et toutes les professions « masculines » qui ont vu récemment l'arrivée des femmes comme un bouleversement (Frayssé, 2013; Malochet, 2007; Mennesson, 2005b).

Dans le groupe des hommes seuls 13% sont chefs d'entreprise, plus de la majorité (60%) ont un statut de co-gérant et enfin 20% sont salariés et/ou auto-entrepreneurs (13%⁴⁵). De ce point de vue le capital symbolique paraît moins élevé, mais il faut noter que les co-gérants ne sont pas toujours des couples mixtes, ainsi on peut penser à une redistribution du capital symbolique

⁴⁵ A noter que certains statuts se cumulent : salariés et auto-entrepreneur, co-gérant et salarié.

de manière moins hiérarchique à l'intérieur même du groupe des hommes. Constat qui nécessite aussi d'étudier la façon dont les hommes se répartissent entre eux l'organisation du travail et comment se négocient les rapports de pouvoir au sein de ces couples professionnels.

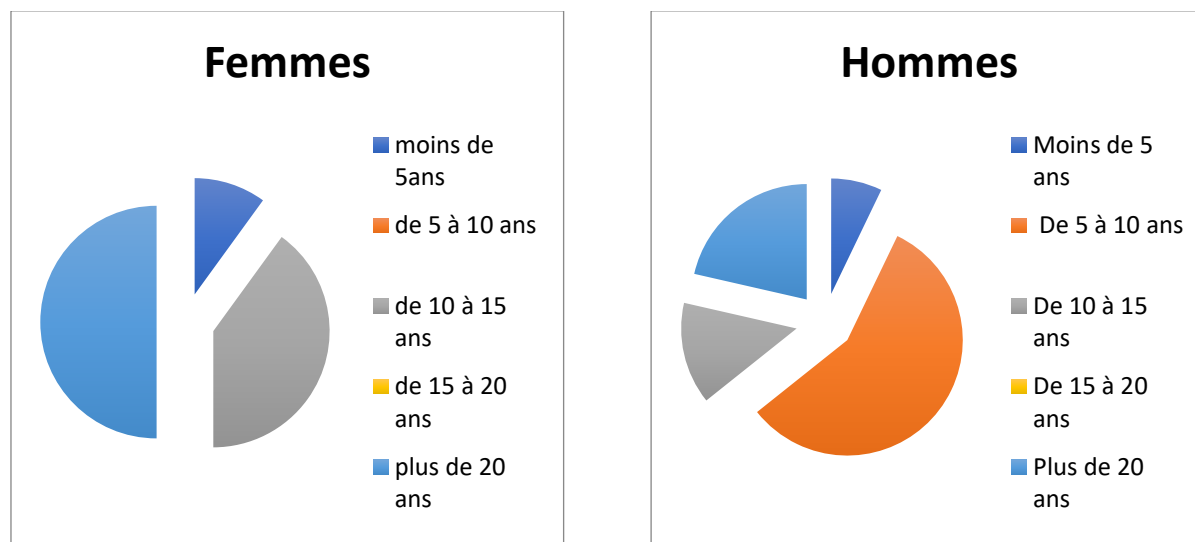


Tableau n°11. Nombre d'années de présence dans le sous champ pour les enquêté.e.s

A la lecture des graphiques, on perçoit que cet aspect du capital symbolique ne se distribue pas de la même manière entre le groupe des femmes et celui des hommes. Les femmes sont majoritairement investies et présentes dans le champ depuis longtemps (de 10 à plus de 20 ans), alors que les hommes sont présents depuis moins de 10 ans, seulement 20% sont présents depuis plus de 20 ans. Ainsi, ce secteur d'activité semble plus attractif pour les hommes depuis une dizaine d'années alors que les femmes y sont investies depuis plus longtemps.

Le nombre d'années de présence dans le champ et par conséquent d'exercice de la profession, sous plusieurs formes ou dans diverses structures, est un indicateur pertinent de ce que Howard S. Becker nomme le « crédit réputationnel » (Becker, 1988). Tenir compte de l'histoire de l'agent dans le sous-champ à partir du nombre d'années d'ouverture de la salle ou/et le nombre d'années d'exercice du métier donne des indices sur la carrière et la consécration dans le sous champ. Bourdieu précise en effet que « l'échec encourageant à la reconversion ou à la retraite hors du champ tandis que la consécration renforce et libère les ambitions initiales. » (Bourdieu, 1991, p.40). Dans son étude sur les carrières des guides de haute montagne, Mennesson précise que ce crédit réputationnel est d'autant plus important qu'il concerne des femmes qui entrent dans une profession masculine. Au même titre que le statut social, le crédit réputationnel souvent remis en cause (Frayse, 2013; Bonnemaïson, 2018) tend à renforcer les

inégalités professionnelles et les stéréotypes sexués en défaveur des femmes. Cependant, il semble indispensable car indissociable du temps passé dans le champ, il permet de « faire date » et « faire date c'est imposer sa marque, faire reconnaître, au double sens, sa différence et faire exister, au-delà des positions déjà occupées, à l'avant-garde, une nouvelle position » (Bourdieu, 1991, p. 24). Cette consécration agit au niveau symbolique mais aussi de manière différée sur le capital économique. En effet, la consécration et/ou la réputation s'établit dans le temps, cette ressource nécessite donc un engagement long dans la carrière ainsi qu'une présence continue dans le sous champ pour en tirer des bénéfices symboliques qui pourront, à moyen ou/et long terme, se convertir en bénéfices économiques.

Pour conclure, les résultats amènent à penser que les femmes font figure d'exception dans le sous champ du fitness au niveau micro social puisqu'elles bénéficient d'un capital symbolique (statut social et reconnaissance) plus élevé que les hommes alors qu'elles sont investies doublement, en tant que cheffe d'entreprise et dans le champ du sport, deux domaines traditionnellement marqués par le sceau du « masculin ». Cependant, il faut poursuivre l'analyse pour se rendre compte que le capital symbolique a un coût. Il n'est mobilisable qu'en interactions avec les autres espèces de capitaux, selon les contextes, et indissociablement des dispositions acquises lors des différentes étapes de socialisation des enquêtées.

1-5-4 Le capital spécifique

L'enjeu du sous champ est donc le corps : son façonnage, sa représentation sur la scène du fitness. A ce titre, les corps véritables outils de travail et stratégies commerciales sont façonnés et mis en scène⁴⁶ (Hidri, 2007). Aussi le capital spécifique, pourrait se définir à partir de la production d'une anatomie genrée et sa proximité avec les normes valorisées dans le milieu pour les femmes et les hommes (« *on est une image, le cœur de la salle, on s'identifie à nous* »), de l'engagement corporel intense (« *faut être crédible* ») et la capacité des professionnel·le·s à réaliser des performances physiques, des prouesses (Bonnemaison, 2018), et la maîtrise des compétences techniques liées à la (re)mise en forme⁴⁷ (diplômes et formations professionnelles spécifiques).

⁴⁶ La partie 4 est réservée à ce développement.

⁴⁷ Le chapitre 7 est réservé à ces points.

1-5-5 En guise de conclusion : interactions et interdépendance des capitaux.

Les deux tableaux suivants récapitulent les quatre espèces de capitaux pour nos enquêté·e·s. Ils présentent une vision globale du volume et de la structure du capital par catégorie de sexe des enquêtés et permettent de compléter la lecture au prisme du temps.

	ÉCONOMIQUE Salaire Chiffre d'affaires	CULTUREL Niveau scolaire	SYMBOLIQUE		
			Statut professionnel	Nombre d'adhérents	Nombre d'années dans le métier
Serge	1 200 € 110-150000€	Bac STG	Co-gérant	400	28 ans
Nicolas	1800 € 110-150000€	Bac	Salarié	300-400	8 ans
Baptiste	600 € 110-150000€	Cap	Co-gérant <i>Gérant</i>	340	8 ans
Benoît	0 € vit sur ses économies 63000€	Niveau Bac	Co-gérant	120	26 ans (salarial) 2 ans (pour sa salle)
Florent	0 € vit sur ses économies 63000€	Bac STI	Co-gérant	120	11 ans
Jérôme	1500 € 270-280000€	Niveau Bac	Co-gérant salarier	900	7 ans
Jérémy	ND vit sur le compte de la société <100000€	Bac Pro	Gérant	200 <i>1500 en 2018</i>	5 ans
Alain	ND vit sur le compte de la société 350-400000€	Bac +4	Gérant	800	4 ans
Pierre	2000 € 400000€	Bep	Co-gérant	900-950	23 ans
Bertrand	1500 € 110-150000€	Bac +4	Co-gérant	300 <i>fermeture 08- 2018</i>	8 ans
Marc	1500 € 110-150000€	Bac STG	Co-gérant	300 <i>fermeture 08- 2018</i>	7 ans
Maurice	2000 € 1 100000€	Bac+2	Salarié	1800	17 ans (salle) 5 ans (présence dans le champ)
Alban	1300 € ND	Bac +3	Auto entrepreneur	ND	6 ans
Michel	ND vit sur le compte de la société 250000€	Aucun	Co-gérant	800	6 ans
Guillau me	2000 € ND	Bac	Auto- Entrepreneur et salarié	ND	15 ans

Tableau n° 12 : Quatre « espèces » de capitaux détenus par les enquêtés

La logique de dévoilement des phénomènes de reproduction et donc de domination portée par la théorie bourdieusienne, met en avant l'importance des capitaux dans la lutte autour du

pouvoir qui se joue dans les champs. Et de cette façon, la théorie de l'espace social est pensée non pas seulement autour des ressources économiques mais de façon multidimensionnelle. Ainsi, pour le groupe des hommes, on peut relever que le volume de capital culturel n'est pas en relation avec le volume du capital économique. En effet, le niveau scolaire n'est pas gage d'obtention d'un salaire moyen dans le champ. Même avec un capital économique faible, le statut social peut être (relativement) élevé, en considérant qu'être gérant ou co-gérant de son entreprise représente un statut favorable.

	ÉCONOMIQUE Salaire Chiffre d'affaires	CULTUREL Niveau scolaire	SYMBOLIQUE		
			Statut professionnel	Nombre d'adhérents	Nombre d'années dans le métier
Nicole	1 200 € 110-150000€	Bac	Co-gérante	400	28 ans
Delphine	ND 150-200000€	Bac +2	Gérante	300-400	14 ans
Laura	600 € 110-15000€	Bac +4	Co-gérante	340	11 ans dont 1 an de coupure
Laurence	ND 110-15000€	Bac +2	Gérante	380-450	28 ans
Sandrine	0 € CA déficitaire	Niveau Bac	Gérante	90-100	31 ans (diplôme) 2 ans (pour sa salle)
Martine	0 € 75000€	Bac	Gérante	170	29 ans
Sophie	0 € 120-130000€	Bac +2	Co-gérante	400	10 ans (diplôme) 3 ans (pour sa salle)
Sabine	1200 € 135000€	Bac +5	Gérante	300	2 ans pour la salle <i>fermée depuis Septembre 2017</i>
Marion	1800 € ND	Bac	Auto- entrepreneur	ND	13 ans
Véronique	1600 € 1100000€ (la salle de son mari)	Bac + 4	Salariée	1800	32 ans

Tableau 13 : Quatre « espèces » de capitaux détenus par les enquêtées

En ce qui concerne, les travailleuses sportives, le capital culturel est plus élevé que pour les hommes, comme c'est le cas pour les guides de haute-montagne (Mennesson, 2005b), les accompagnatrices de moyenne montagne (Bonnemaison, 2018) et majoritairement dans le cas des femmes dans des professions « masculines » (Burot-Besson & Chellig, 2001; Fraysse, 2013). Cela n'engendre pas automatiquement un capital économique plus élevé comme pour les hommes. En revanche les enquêtées occupent plus souvent que les hommes le statut le plus valorisé dans ce secteur d'emploi. Le « plafond de verre » limite généralement les progressions des carrières professionnelles féminines (Acker, 2009) et d'autres travaux identifient le coût élevé, sous la forme de sanctions sociales, pour les femmes cheffes d'entreprise ou indépendantes (Lapeyre & Le Feuvre, 2005; Boni-Le Goff, 2013). Ainsi, les femmes enquêtées semblent faire figure d'exception et il sera intéressant de voir comment ces femmes mobilisent leurs différents capitaux en fonction des contextes et quels modes de socialisation leur permettent d'accéder à ce statut social plus élevé. La reconstitution de la trajectoire sociale des agent·e·s prend alors tout son sens. La valeur sociale des événements biographiques est entendue « comme des *placements* et des *déplacements* dans cet espace, ou, plus précisément, dans les états successifs de la structure de la distribution des différentes espèces de capital qui sont en jeu dans le champ, capital économique et capital spécifique de consécration » (Bourdieu, 1991, pp. 3-46).

Le sous champ du fitness apparaît donc particulièrement segmenté, autant du niveau des prestations et services proposés, qu'au niveau des salles et des statuts des professionnel·le·s. Une distanciation franche s'opère entre les salles franchisées et les salles indépendantes et reflète en creux la lutte pour la définition du fitness, comme un enjeu important. Entre industrialisation et singularité, les professionnel·le·s ne se positionnent pas de la même manière. Au final, pour les indépendant·e·s, il s'agit davantage d'une lutte pour définir « son » fitness et se maintenir dans le sous champ, qu'une lutte pour se positionner comme une salle dominante.

Aussi, le capital culturel ne semble pas primordial pour obtenir une reconnaissance symbolique. Plus élevé pour les femmes, il leur permet d'obtenir un statut et une reconnaissance sociale (chefe d'entreprise et indépendante) moins fréquente dans le monde du travail (Abdelnour et al., 2017). Par ailleurs, si le capital économique est un élément à prendre en compte pour se maintenir, sans capital symbolique (qui de manière différée produit un capital économique) et spécifique, il n'est pas possible de conserver sa position dans le sous champ.

Le corps représente donc l'enjeu principal du sous champ, il est au cœur des transactions économiques et symboliques qui s'opèrent et participe à la production et la reproduction des différences entre les sexes (Mathieu, 1991). Dans les rapports sociaux de sexe (Kergoat, 1992), le corps devient un emblème de genre et de classe (Frayse & Mennesson, 2009), analyser les pratiques corporelles, physiques et sportives permet d'objectiver les mises en scène socialement interprétées comme féminines et masculines. Ces modèles de genre, et leur diffusion, paraissent donc intéressant·e·s à prendre en compte pour comprendre comment le genre participe à la structuration du sous champ.

CHAPITRE 2 - LA PLACE DU GENRE DANS LE SOUS CHAMP

Derrière cette offre de fitness détaillée dans le chapitre précédent, se trouvent les professionnel·le·s rencontré.e.s. Leur histoire sociale ne se résume pas à un ensemble de capitaux acquis lors des différentes étapes de socialisation et leurs prises de positions, leurs choix, leurs stratégies de positionnement économique révèlent un ensemble de contraintes qui pèsent sur les agent·e·s du sous champ. L'effet de champ révèle un « espace des possibles (un système de prise de positions différentes par rapport auquel chacun doit se définir) qui agit comme révélateur de l'habitus » (Bourdieu, 1991, pp. 3-46). Cet habitus organise les pratiques et représentation des individus en relation avec le champ, il intervient de manière récurrente dans les pratiques des agent·e·s qu'il·elle·s façonnent. Dynamique, il s'actualise régulièrement (Bourdieu, 1997) et est incorporé durablement sous formes de dispositions acquises au cours des processus de socialisation. L'habitus se traduit par un style de vie, des jugements, il guide les comportements et les façons d'appréhender le monde. Ainsi, en même temps qu'il autorise il limite les actions des agent·e·s selon la logique du champ social concerné. Pour comprendre ces prises de positions des agent·e·s, s'intéresser aux représentations des individus en relation avec le sous champ paraît essentielle. La doxa du sous champ revêt une charge politique car elle normalise et légitime un ordre social donné (Bourdieu, 1977), et c'est celui-ci qu'il est important de questionner.

Et pour éviter l'écueil d'une « sociologie des producteurs plutôt que des productions » (Lahire, 1999, p. 43), l'analyse du sous champ ne peut se passer de la question suivante « qu'est-ce que le fitness ? ». La spécificité des pratiques rend compte « des conduites et des orientations qui s'y déploient » (dans le sous champ) (Lahire, 1999, p.43), intégrer à l'analyse celle des rapports sociaux de sexe permet d'affiner la compréhension des relations entre la structure et l'action. Dans cette perspective, ce chapitre propose d'objectiver cet ordre social donné au travers des représentations symboliques normalisées dans le fitness ce grâce à la sexuation des pratiques et espaces de pratiques, et à la circulation des modèles de genre (R. W. Connell & Messerschmidt, 2015).

2-1 Le fitness comme régime de genre

Prenant appui sur l'enjeu spécifique du sous champ, le corps, cette dimension symbolique que revêt les représentations, se cristallise autour des stéréotypes sexués. Les propositions de Suzanne Laberge (1994) et Leslie Mac Call (1992), permettent de penser la structure sociale du

genre et d'intégrer les rapports sociaux de sexe à l'analyse des rapports de force au sein d'un champ. Pour Mac Call, l'habitus représente l'interface entre les structures symboliques et les structures sociales, le modèle de Bourdieu explique les différenciations sociales mais manque de clarté à propos du genre. Aussi elle propose d'intégrer le genre comme propriété de structuration de l'espace social, « tout rapport social est sexué, tandis que les rapports sociaux de sexe sont traversés par les autres rapports sociaux » (Kergoat, 1992). En tant que « système de dispositions ouvert » (Bourdieu & Wacquant, 1992, pp. 108-109), l'habitus se construit au cours de processus de socialisation à la fois situés socialement et genrés (Menesson, 2007).

Pour comprendre ces processus qui façonnent les habitus et les rapports entre les sexes, le concept de régime de genre proposé par Raewyn Connell (1987) apparaît intéressant. L'autrice propose des pistes d'analyse de construction des différences sexuées à partir de 4 composantes de l'ordre de genre présente à chaque niveau de la réalité sociale : la division sexuée du travail, la distribution du pouvoir, les modalités concrètes d'interaction et la dimension symbolique des représentations. Ce modèle permet d'appréhender le niveau situationnel et le niveau structurel, d'articuler le collectif et l'individuel et place les relations entre le corps et les pratiques sociales au cœur de la construction du genre. Il rend compte de l'état des rapports sociaux de sexe dans un contexte donné, les régimes de genre cadrent les comportements de genre -genderisms- (Goffman, 2002) et le mode de sexualité adoptés par les hommes et les femmes (Menesson, 2007). L'ensemble des contraintes d'un régime de genre pèse sur les agent·e·s et participe à travailler l'ensemble dispositionnel des individus.

Dans la lignée des travaux de Mennesson (2012), Fraysse (2013) ou encore ceux de Holly Thorpe (2010) l'analyse croisée du concept de régime de genre (R. W. Connell, 1983) et de la théorie du champ et de l'habitus (Bourdieu, 1979), permet d'objectiver comment les différences de genre sont construites et les dispositions mobilisées, inhibées et/ou mises en sommeil (Darmon, 2006).

Connell (R. Connell, 2014) précise que dans les mises en jeu corporelles, le genre est une pratique sociale fondamentale « qui renvoie au corps et à ce que font les corps ; ce n'est toutefois pas une pratique sociale réduite au corps » (p.66). Si « les différentes façons de faire le genre agissent directement sur les rapports au métier » (Fraysse & Mennesson, 2017, p. 134), dans les contextes sociaux où le genre apparaît comme un élément saillant, les croyances à ce sujet font partie des règles du jeu et définissent les comportements sexués⁴⁸ (Menesson, 2007).

⁴⁸ Christine Mennesson (2007) précise que Cecilia Ridgeway et Shelley Correll (Ridgeway & Correll, 2004) insistent sur l'impact des « croyances de genre » (gender beliefs) sur les interactions sociales (social relational contexts).

Dans ce contexte hyper sexué, les formes symboliques s'apparentent à une socialisation par inculcation idéologique (Lahire, 2001a) qui produisent, renforcent ou modifient l'ordre de genre (Mennesson, 2007). Prenant appui sur l'enjeu spécifique du sous champ, le corps, la dimension symbolique que revêtent les représentations, se cristallise autour des modèles de genre internationaux, très stéréotypés. Ils participent ainsi à mettre en scène le genre, celui-ci renforçant l'appartenance à une catégorie de sexe.

2-2 "Hegemonic masculinity" et "emphasized femininity"

Les activités sportives, corporelles présentent un intérêt certain pour l'étude de la construction du genre parce qu'elles impliquent des apprentissages par corps (Faure, 2000). Les « rapports symboliques, susceptibles de donner lieu à des luttes (...) se cristallisent dans des configurations particulières (des régimes de genre) (...) et produisent des modèles multiples de féminités et de masculinités. Nos corps sont entraînés par ces dynamiques qui les transforment de multiples manières » (Connell, 2014, pp. 120-121). Dans sa conceptualisation, Connell (1995) décrit la masculinité hégémonique comme allant de pair avec la féminité accentuée, ces deux notions permettant de prendre en considération les positions asymétriques des masculinités et féminités dans un ordre genré patriarcal. Ces travaux fondateurs participent à la perception du genre comme une structure sociale de domination au sein de laquelle le masculin et le féminin se définissent en opposition.

La masculinité hégémonique (« hegemonic masculinity ») est « une forme culturellement idéalisée du caractère masculin qui met l'accent sur les liens existant entre la masculinité et la rudesse, l'esprit de compétition, la subordination des femmes et la marginalisation des gays » (McKay & Laberge, 2006, pp. 239-267). Celle-ci se définit comme une configuration de pratique, le produit d'un rapport de pouvoir entre les hommes et les femmes, mais aussi entre hommes (Connell, 2014). Elle est sans aucun doute normative, « la façon la plus reconnue d'être un homme, implique aux autres hommes de se positionner par rapport à elle, et permet de légitimer d'un point de vue idéologique la subordination des femmes à l'égard des hommes » (Connell & Messerschmidt, 2015, p. 155). A ce titre, les activités sportives fonctionnent comme un symbole éternellement renouvelé des représentations sociales de la masculinité hégémonique.

« L'emphasized femininity » ou féminité accentuée constitue une forme culturellement idéalisée de la féminité qui est toujours subordonnée à la masculinité hégémonique. Sans être unique, la féminité se caractérise avant tout d'un point de vue médiatique, donc des représentations, par

une hyper féminité et une sexuation. Que ce soit dans les médias sportifs (Schoch, 2008; Fraysse, 2013) ou dans les médias publicitaires à destination du grand public (Brune, 1985) l'idéal de féminité passe par une érotisation du corps des femmes et un rappel constant à la catégorie de sexe.

Ces deux modèles participent ainsi à renforcer l'asymétrie entre les sexes, les dominants (les hommes) sont des individus alors que les dominées sont considérées comme une catégorie : les femmes (Mathieu, 1991; Guillaumin, 1993). Cet apport conceptuel permet ainsi de partir des représentations symboliques comme catégorie d'analyse des rapports sociaux de sexe. L'intérêt de présenter ces stéréotypes sexués est de saisir d'une part la circulation des normes de genre dans le sous champ, entre les niveaux macro et micro social, et d'autre part d'observer la diffusion de ces normes de genre dans les pratiques et les espaces de pratiques.

2-3 Les représentations symboliques comme catégories d'analyse des rapports sociaux de sexe

La composante symbolique de ce régime du genre spécifique est abordée en deux points, d'abord la sexuation des pratiques et des espaces de pratiques à l'intérieur de la salle de fitness et ensuite les stéréotypes sexués incarnés par les modèles de genre internationaux. Ces deux niveaux de réalité sociale éclairent l'ordre de genre dans le sous champ et la structure sociale de domination.

2-3-1 Sexuation des espaces à l'intérieur de la salle de fitness : de la forme et des formes

La sexuation correspond à la distribution différentielle des deux sexes dans les activités, les fonctions, et les responsabilités (Louveau, 2004) mais aussi dans les espaces de pratiques (Faure, 2003; Barthaburu & Raibaud, 2011; Guérandel, 2016). De ce point de vue Catherine Louveau (2004) précise que la sexuation des activités physiques et sportives est liée à une assignation des pratiques à chacun des deux sexes. En choisissant de « ne pas défaire le biologique et le social », l'auteur s'empare du point de vue de Geneviève Fraisse (Fraisse, 1996), et précise que cette sexuation des pratiques sportives est un révélateur de la construction sociale de la féminité. « On peut ainsi évoquer des pratiques « de femmes » (en ce qu'elles les choisissent, les aiment, en rêvent - pratiques qu'on dit « féminines » (les gymnastiques, les danses, l'équitation, ...) et des pratiques « d'hommes » - en ce qu'ils les choisissent,

électivement, les aiment, en rêvent - pratiques qu'on dit masculines » (Geneviève, 1996). En se positionnant ainsi, l'auteur adopte le point de vue du sexe social, et n'analyse pas la construction du genre dans le domaine des pratiques sportives et corporelles. De notre point de vue, il est intéressant justement de prendre en compte comment se fabrique le masculin et le féminin dans les interactions entre les deux catégories de sexe. La dynamique relationnelle du genre renvoie à la construction de rapports hiérarchiques et de pouvoir entre les classes et les sexes, les dominants adoptant toujours le point de vue masculin qui n'est pas neutre et qui prévaut à toutes les catégories. Aussi, les travaux de Fraysse (2013) dans le milieu du VTT ou de Thorpe (2010) dans celui du snowboard, montrent que si les femmes sont tolérées dans certains espaces de pratique, elles sont exclues d'autres dont les modalités de pratiques sont plus risquées voire violentes. En systématisant la référence aux différences *naturelles*, la vision essentialisée de la hiérarchie entre les sexes, basée sur la domination du masculin sur le féminin (Bourdieu, 1998), pose le préalable d'un impensé social : à chaque catégorie de sexe un espace réservé, aux femmes le foyer, la sphère privée et familiale, aux hommes, l'extériorité et la sphère publique. Cette perspective d'un espace clos (de l'ordre de l'entre-soi) et d'un espace ouvert participe aux assignations de sexe et se perpétue de manière symbolique dans les espaces sportifs, associé aux modalités de pratiques et modes d'engagement concrets du corps, ils traduisent l'ordre de genre.

La salle de fitness se segmente en 3 sous-espaces de pratiques retrouvés dans toutes les salles de type fitness traditionnel (salle de cours collectifs, plateau musculation et plateau cardio-training). Un premier espace que l'on nommera « l'espace du muscle » composé d'hommes majoritairement. Les normes sociales associées y sont celles du masculin (R. W. Connell & Messerschmidt, 2015) où puissance, compétition, rudesse, violence, représentent la « masculinité hégémonique ». Un deuxième espace, « l'espace de la forme », celui des cours collectifs, se caractérise par un entre-soi quasi exclusivement féminin. Esthétique, douceur, harmonie sont les normes sociales associées au féminin et symbolisent « l'emphasized feminity » (Connell, 1995). Le dernier espace, plateau cardio-training est annexe, il ne représente pas le cœur des pratiques, plus mixte il est souvent utilisé pour des phases connexes de la pratiques (échauffement, lipolyse). A ce titre, il n'est pas représentatif des normes de genre mais pourrait être considéré comme un espace de transition plus neutre d'un point de vue symbolique.

Ainsi, pour notre enquête, il est intéressant de voir comment se structurent les espaces de pratique et comment cela agit sur la dynamique fluide des relations entre les hommes et les

femmes (Thorpe, 2010). Ces deux espaces sont construits comme masculin pour « l'espace du muscle » et féminin pour « l'espace de la forme », de sorte qu'il existe des « territoires » dans la salle de fitness à laquelle correspondent des pratiques différenciées. Les travaux de Johansson (1996) évoquent ces espaces comme genrés, « gendered spaces », où la culture du bodybuilding et celle de l'aérobic (du fitness) se rencontrent. L'auteur parle d'un ordre de genre spécifique et des transgressions de celui-ci notamment au travers de la régionalisation de l'espace féminin (back) et masculin (front). En discutant l'opposition de l'espace et les identités de genre, il met en avant les stéréotypes de genre chez les body-buldeuses et les modes de sexualité inversée des hommes gays pratiquants l'aérobic. En s'appuyant sur cette proposition nous proposons une présentation de ces espaces qui renvoie à des normes de genre multiples.

2-3-1-1 Le plateau musculation comme « maison des hommes » ?

Maurice Godelier (Godelier, 1996) parle de la « maison des hommes » dans son étude sur les Baruya de Nouvelle Guinée comme un lieu, symbole de la domination masculine, d'exclusion des femmes et de pratiques rituelles visant à transformer le jeune garçon en homme. Repris dans différents travaux sociologiques (Falcoz, 2004; Malochet, 2007; de Gasquet, 2012; X. Clément & Louveau, 2013; Fraysse, 2013) cette « maison des hommes » représente l'image d'un haut lieu de construction de la virilité. Dans la société occidentale, asymétrique à bien des égards, il n'existe pas de commune mesure entre la « maison des hommes » océanienne et celle que l'on pourrait observer ici. Mais les caractéristiques et surtout la fonction symbolique que peut revêtir un espace de socialisation sexuellement très différencié peuvent servir à spécifier cet espace.

Dans une salle de fitness, l'espace des musculations, « *le plateau* », ne représente pas l'activité la plus rentable, néanmoins elle y est indispensable puisque présente dans toutes les salles traditionnelles. Sauf exception, telles que les salles spécialisées dans une activité exclusive (Pilates®) ou les salles de fitness « réservées » aux femmes, le plateau musculation est présent dans la salle de fitness. L'observation participante et la connaissance du milieu nous a permis de constater que le plateau musculation (entendu comme l'espace où sont regroupés les appareils de musculation) occupe toujours une place centrale dans la salle de fitness. Pour des raisons évidentes de gestion de l'espace, cet espace est à traverser, il s'organise comme un espace ouvert et très souvent dispose de grands miroirs au mur. Le bruit des poids des machines, l'odeur de transpiration, la barre qui claque sur le support et les sons de l'effort renvoient à des caractéristiques très masculines. L'exaltation de la force physique se fait dans un contexte

favorable à l'émergence des caractéristiques de la masculinité hégémonique (R. Connell, 1987; Sabo & Panepinto, 1990; Messner, 1996).

« Je réalise un circuit training poids de corps, l'espace musculation est occupé uniquement par des hommes. Sans être des culturistes, on voit bien que ce sont des pratiquants de musculation qui cherchent à travailler et développer leur musculature. Ils sont vêtus de tee-shirt sans manche, type « marcel », ou débardeur dos nageur et un short ou un bas de survêtement. La prédominance est accordée aux bras : on doit voir les bras musclés ainsi que les épaules...les jambes sont beaucoup moins mises en avant. Les tenues laissent deviner des abdominaux saillants et un dos aussi très développé puisqu'elles sont près du corps. Sont perçus quelques râles d'efforts mais moins que dans les salles dédiées au culturisme. Finalement, dans cet espace apparemment mixte, il est compréhensible que peu de femmes s'y aventurent. Les hommes prennent de la place comme si cet espace leur était exclusivement réservé. Ils sont entre eux, parlent « technique d'entraînement, séries, et prise de masse », transpirent et respirent fort...soulèvent des charges lourdes...Dans cet espace dédié à la construction d'un corps « masculin » idéalisé, les attributs de la masculinité hégémonique sont mis en exergue : la musculature, la violence symbolisée (par le corps au travers de l'utilisation des charges lourdes), la force, l'effort, la compétition qui s'observe au sein de cet espace.

Extrait du carnet ethnographique, (Lundi 23/05/16), Forméo Montplaisir

Finalement, les hommes se positionnent dans cet espace comme dominants et excluant de manière tacite les femmes en monopolisant l'espace et les machines, le corps formant une barrière symbolique. Si les femmes s'y invitent c'est au prix d'une soumission aux règles en vigueur dans cet espace. Toute incursion dans cet espace, que les hommes se sont appropriés, assujettit les femmes à se mouvoir sous le regard masculin. Bourdieu (Bourdieu, 1998) qualifie le féminin d'être perçu, soumis au regard et aux attentes des hommes, ce qu'évoque Sophie, voire des « objets du désir » comme le précise Louveau « c'est toujours la même femme qui est attendue, idéale et canon, celle de la séduisante à qui est assignée avant tout une fonction décorative d'objet sexuel » (Louveau, 2004, p.180). Ainsi la façon dont se structurent les espaces dans le champ renseigne sur l'état des rapports sociaux de sexe.

« Ouais quasi ouais. Y a pas que des mecs en plateau, y a beaucoup de filles, (...) Elles vont pas sur la partie là, très peu. (...) Très très peu sur la partie plateau libre, sur toute cette partie cardio machines tout ça y a pas de soucis. Et là c'est la muscu libre. Du coup elles vont chercher leurs haltères là-bas et elles vont faire leurs exercices (...) Non elles aiment pas trop et puis là tu sais après tout ce qui est... (...) Tout ce qui est squat et tout ça là tu as les fesses en arrière. Ouais un petit peu et après ils regardent aussi, ça je vais pas te dire non, je vais pas te dire non, ça c'est la nature humaine. »

Sophie, co-gérante polyvalente, Fit'Form.

L'extrait d'entretien de Sophie renseigne sur les usages du corps, la gestuelle sportive est évoquée ici, « *les fesses en arrière* » lors d'un mouvement de squat prend une connotation sexuelle, ce qui n'est pas le cas lorsque les hommes exécutent ce mouvement sportif assez technique. Sophie légitime l'hétéronormativité de cette façon « *c'est la nature humaine* », les femmes sont « objets du désir » (Louveau, 2004). Ce point révèle les représentations sexuées sur ce qui peut être fait ou pas, du point de vue des gestes sportifs, des modes concrets d'engagement du corps, par une femme dans un espace d'hommes, le plateau musculation. De ce fait, les usages du corps sont asymétriques, le rapport au corps des femmes étant socialement déterminé et « sans cesse exposé à l'objectivisation opérée par le regard et le discours des autres » (Bourdieu, 1998), pp. 70-75).

« Parce que déjà elles sont au milieu des mecs. C'est rédhibitoire c'est sûr. D'être en infériorité surtout. D'être en infériorité, les filles elles sont deux, puis y a dix mecs à côté qui font de la muscu elles vont se sentir observées, elles vont se sentir en dessous du niveau (...) Eh ouais, eh ouais, en plus les tenues de sport plus ou moins moulantes maintenant, elles sont observées, elles sont pas à l'aise quoi d'où t'as certaines salles spéciales femmes, ça part de là (...) Non je pense qu'ils mettent pas la pression, c'est juste qu'ils les regardent, qu'ils ont envie de... ils voient une femme quoi, l'attrance quoi. »

Alban, Coach indépendant.

Le discours d'Alban rejoint celui de Sophie, il illustre la mise en place de règles implicites de fonctionnement des rapports sociaux de sexe dans cette « maison des hommes ». Sans exclure les femmes directement, les hommes les assignent à leur fonction d'objet sexuel.

La justification de la domination « naturelle » est un autre point de l'exclusion symbolique des femmes de cet espace. Dans ces pratiques de musculation, les repères de poids, de performance, la référence à l'esprit sportif de dépassement de soi, à la compétition sont autant d'éléments qui contribuent à justifier « l'infériorité biologique » des femmes par rapport aux hommes.

« Oui, oui, les hommes sont plus individualistes. C'est dans la démarche typique du cerveau gauche donc j'ai besoin de m'identifier par rapport à un élément extérieur pour me reconnaître par rapport à une preuve (...) l'homme est plus encore dans une démarche à caractère entre guillemets sportif où je me reconnais dans le miroir. J'ai besoin de repères extérieurs comme une charge, comme des centimètres, comme une performance, donc voilà. (...) Alors ils se retrouvent entre eux, il y a le côté social en même temps donc ils sont un peu entre eux, voilà, et puis ils vont regarder un peu ce qui se passe, sans critiquer non plus mais pas forcément attirés. (...) Voilà, donc il n'y a pas d'espace féminin ou masculin, individuel ou collectif je dirais.

Serge, co-gérant polyvalent, Gym Land

L'extrait d'entretien de Serge est révélateur des représentations collectives des caractéristiques supposées des femmes et des hommes, très présente dans certains types de publication proches du domaine du développement personnel⁴⁹. La négation des espaces « masculin » et « féminin » se traduit par un espace « collectif » et « individuel » ce qui revient à la même chose puisque les normes sociales placent le masculin dans le collectif et le féminin du côté individuel. Réfutant cet argument, Serge justifie de manière détournée l'utilisation des espaces en précisant bien que « sur une journée, le passage sur l'individuel concerne bien 1/3 de femmes » mais sans distinction entre le plateau musculation et le plateau des appareils cardio.

Finalement, le plateau musculation est conçu comme un espace pour les hommes, en ce sens qu'il renvoie à ce qui est dit masculin : espace ouvert, appareils renvoyant à une certaine forme de technicité excluant de fait les femmes en les considérant comme moins compétentes dès qu'un aspect scientifique (Tabet, 1998) de production de performance est envisagé (Frayse, 2013), valorisation de la force physique, exaltation de la performance.

⁴⁹ Comme les hommes viennent de Mars, les femmes viennent de Vénus, Best-seller de John Gray.

2-3-1-2 La salle de cours collectifs : un entre-soi féminin.

La salle de cours collectif est maintenant davantage une salle fermée, close ou à l'étage alors qu'auparavant elle pouvait être un espace délimité au centre du plateau, musculation « *j'avais une vingtaine d'années, je travaillais dans une salle, (...) et il y avait la salle de muscu à côté donc les gens qui faisaient la muscu voyaient nos cours, que des hommes déjà, donc c'était un petit peu le show à l'époque* », (Sandrine, gérante polyvalente de Zen Studio). Pour des questions de nuisances sonores, la salle de cours collectifs s'est cloisonnée, prenant ainsi la forme d'un espace clos à l'intérieur de la salle de remise en forme, dédié de manière quasi exclusive aux femmes.

« La femme est plus dans le ressenti.... Pour des raisons hormonales, elle est moins dans la force physique donc l'activité de groupe collective, la démarche cerveau droit donc globale correspond plus à une démarche féminine. L'idéal ce serait qu'il y ait conjointement les deux mais il se trouve qu'encore c'est comme ça donc c'est sûr que la femme étant plus dans les rondeurs et plus dans le circulaire et dans le groupe.

Serge, co-gérant polyvalent, Gym Land, Mont de Marsan.

Les extraits d'entretien avec les professionnels du fitness sont révélateurs de cette conception où la composante biologique est dominante. Les femmes seraient « *davantage attirées* » par les cours collectifs que la musculation parce que les cours sont « *dansés* », « *on va avoir aussi des cours collectifs qui vont être très féminins comme la danse, les cours dansés. Elles vont être beaucoup plus exigeantes* » (Maurice, manager de Forméo). L'espace des cours collectifs de fitness seraient l'apanage du féminin et montre la force des représentations symboliques dans la construction sociale des assignations de sexe. Les modes d'engagement dans l'espace des pratiques sportives (Pociello, 1989) est à la fois situé socialement et sexué, ils renvoient à la pluralité de rapports au corps qu'entretiennent les agent·e·s du sous champ (pratiquant·e·s et professionnel·le·s) et à l'incorporation de dispositions de genre.

« Construit comme un espace pour les femmes, la salle de cours collectif est le plus souvent une grande salle avec un parquet, une estrade et une sono. Espace frontal, les cours s'y réalisent en « miroir » (en face à face) et comme pour toutes les activités morfo-cinétiques se basent sur un apprentissage par répétition à partir

d'un modèle. Le deuxième cours auquel je participe est composé exclusivement de femmes, il est chorégraphié et s'enchaîne au premier cours. Le temps de ranger le matériel et le cours de Sh'bam® est lancé. C'est une prof qui délivre ce cours, elle est la seule sur les 6 salarié-e-s de la salle à délivrer ce type de cours franchisé. Très dansé, pour chaque chanson une « chorégraphie » est construite sur la base de mouvements répétés de type couplet/refrain comme la structure de la chanson elle-même. Les musiques sont très actuelles, remixées pour être au bon tempo (les BPM sont accélérés pour l'impact cardio-vasculaire, entre 130 et 145 bpm). Emma (la prof), est très à l'aise, sa tenue est stylisée en relation avec ce type de cours : pantalon large, brassière sous un haut ajouré jouant sur le contraste de couleurs et baskets aux couleurs « flashies » en accord avec le reste de la tenue. Elle anime son cours et motive sa petite troupe de femmes à grand coup de « ouais sexy », « allez – y lâchez-vous », « on se déhanche », « c'est une danse de nana » ...tous les qualificatifs utilisés sont en liens avec l'expression de la féminité et les attributs sexués. La salle est fermée, il n'y a pas de miroirs, l'entre-soi est féminin. Aucun regard extérieur ne vient interrompre, les pratiquantes sont concentrées sur les mouvements, le modèle...on sent une certaine retenue pour certaines alors que d'autres prennent beaucoup d'espace et donnent de leur personne avec une singularisation du style. Je me demande si l'engagement serait identique en présence d'hommes ou si le cours était plus visible, j'entends par là si le cours avait lieu dans un endroit ouvert. Les connotations réalisées par la prof font références à la séduction, « vous imaginez un bel homme et vous le voyez sortir de l'eau...tout dégoulinant et vous allez vers lui, grrrrr », la gestuelle du cours engage le bassin, les bras, les épaules. Les pratiquantes terminent le cours en sueur, rouge écarlate mais très satisfaites avec la « banane » sur le visage ... pas vraiment sexy ou glamour ! La prof est même assez petite, très musclée et aux formes arrondies. Elle est assez loin du gabarit longiligne et filiforme mis en avant par les canons de l'esthétisme actuel. Je note que le cours n'est pas facile d'accès pour les non danseuses, mais nécessite moins d'abnégation mentale et physique que le cours de Body Pump® précédent. Il y a peu de monde sur ce cours, nous étions 10. »

Extrait du carnet ethnographique, participation observante chez ForméO

Cet extrait illustre comment la mise en place d'un espace pour les femmes s'organise autour d'une production qui regroupe toutes les représentations liées à l'idéal de féminité et désirabilité

(Skeggs, 2015, pp. 195-235) de manière générale : espace fermé, entre-soi, utilisation de musique, référence omniprésente à la « féminité » au sens de « l'emphasized femininity », gestuelle dansée, sollicitation du bassin, des bras et des épaules en référence à une sensualité valorisée et recherchée par les hommes. Tout se structure autour de la femme « objet du désir » et en même temps offre un entre-soi un espace pour « *se lâcher* », en opposition à « se contrôler » ce qui est le plus souvent attendu des femmes dans leur conduite et leur apparence (Skeggs, 2015, pp. 195-235).

2-3-1-3 Résistances et incursions dans les « gendered spaces »

Sans être une généralité, les sous-espaces du fitness sont hyper sexués mais non-exclusifs. Effectivement quelques résistances apparaissent et les « incursions » de l'autre sexe dans le territoire réservé sont possibles. Les extraits d'entretien révèlent plusieurs points importants : le manque de confiance des hommes pour pénétrer l'espace de pratique féminin de la part des hommes, l'organisation d'un espace réservé pour les femmes dans le territoire du plateau musculation et un fort enjeu de séduction qui place le corps sur le marché des biens symboliques comme une marchandise du désir.

Les hommes qui s'aventurent dans l'entre-soi féminin sont rares, la « *peur du ridicule* » ou le fait d'être « *en minorité* » poserait un problème, « *c'est bizarre, ils ont peut-être besoin d'avoir confiance, (silence), d'avoir confiance pour y aller tout simplement* », (Baptiste, co-gérant polyvalent, Vita forme). L'aval du groupe de pair est quasi indispensable et l'accompagnement du « prof », en tant qu'homme, à un cours collectif représente une acception symbolique du groupe de pair sans rien perdre de sa virilité ou semer le doute sur une sexualité jugée déviante, « *regarde, tous les sports que je fais, tu as déjà 90% des cours où tu n'as pas un mec qui osera venir sauf peut-être quelques gays ou sauf quelques malins pour bien mater. (...) Et bien les gays sont moins gênés en fait de faire un cours de femme* » (Alain, gérant de Go Fitness). Le discours d'Alain renvoie aux composantes de la masculinité hégémonique où force, puissance et marginalisation des gays sont évoqués. Le franc-parler d'Alain et son vécu permettent de percevoir les stéréotypes de genre en vigueur dans le champ, sous-entendu que la transgression des normes hétérosexuelles libèrerait de toutes formes d'hétéronormativité (Clair, 2012a).

Pour les femmes plus nombreuses que les hommes à investir l'espace masculin, deux types de pratiquantes se distinguent, d'abord celles qui partitionnent à nouveau l'espace pour pratiquer non pas au milieu des hommes mais à côté, « *dans un petit coin* », « *c'était dans une petite salle, ce n'était pas en plein cœur du plateau. (...) Après voilà, dans l'autre salle où là c'était à part, un peu confiné, et du coup où il n'y avait pas spécialement de regard sur la notion de poids, de performance, alors là elles y allaient* » (Marion, salariée).

La sexuation des espaces contribue de ce point de vue à renforcer la masculinité hégémonique et l'emphasized femininity autour de stéréotypes hypersexués dont le commerce du fitness et ses produits dérivés se sont emparés (Maguire, 2008). La sexuation des espaces de pratiques s'inscrit, de manière subtile, dans la construction de féminités et masculinités multiples. Ces dernières se complètent d'un point de vue économique dans une offre hétéro-normée de pratiques corporelles et esthétiques et participent à définir le masculin et le féminin dans cet espace social.

2-3-2 Un autre aspect de la dimension symbolique : le Salon Mondial du Body Fitness

Le fitness ne naît pas dans le contexte local et micro-social des salles, les pratiques, innovations matérielles et technologiques sont souvent importées d'autres continents et l'influence américaine voire néo-zélandaise n'est plus à démontrer (Andreasson & Johansson, 2018; Charissou, 2019). Pour autant le modèle du fitness français est en pleine expansion contrairement à ce que l'on aurait pu croire après quelques décennies de développement modéré, le marché du fitness est parti à la reconquête de ses pratiquant·e·s/adhérent·e·s. Le glissement sémantique révèle pour partie la stratégie faisant passer le·la contractant·e d'une adhésion à un·e pratiquant·e d'activité, et derrière cela le sentiment d'appartenance à une communauté. Pour prendre la mesure du dynamisme du sous champ il faut se rendre au Salon Mondial du Body Fitness, l'évènement majeur du fitness en France.

Quelle est la répartition des professionnels venant au salon, et comment évolue-t-elle ?

« 45 % de nos visiteurs sont des professionnels du fitness, et par professionnels du fitness, il faut entendre toutes les personnes qui ont une activité professionnelle dans cet univers : coaches sportifs, sportifs de métier, responsables/gérants/directeurs de clubs, de salles de remise en forme, de collectivités locales, d'associations sportives, d'espaces fitness en hôtellerie/entreprise/résidence, influenceurs/youtubeurs, etc. La démocratisation du fitness en France ces dernières années a eu une incidence directe sur l'évolution du nombre de lieux où l'on pratique et donc sur l'évolution du nombre de professionnels venant au salon, qu'ils soient indépendants ou salariés, exerçant en salle, à domicile ou en extérieur (tendance qui se développe). Le besoin croissant de pratiquer en petit groupe avec un coaching plus personnalisé joue un rôle dans le développement de petites et moyennes structures influençant directement le nombre de professionnels de ce secteur. »

Interview de Richard Martin, directeur du salon, pour la revue Coach Challenge, Février 2018

En changeant de focale de micro social à macro social, l'intérêt scientifique est de saisir la structuration du champ dans son ensemble et de percevoir les influences réciproques ou univoques sur les deux niveaux. Une véritable parade sexuée s'organise avec une mise en scène du corps largement érotisée. Les travaux de Fraysse (2013) montrent que cette érotisation du corps des sportives, est constant dans la médiatisation du sport féminin, et plus précisément, la presse VTT procède à une érotisation plus ou moins « douce » (pour les sportives les plus connues) ou « dure » (pour les mannequins). Au Salon Mondial du Body Fitness, cette érotisation des corps ne concerne pas seulement les femmes, les hommes y participent également. Cet évènement regroupe les pratiquant.e.s, les professionnel.le.s, les athlètes, les égéries de marque et autres personnalités de la communauté fitness. Aussi, c'est un excellent indicateur de la production des normes de genre dans le sous champ.

Plus de 300 photos et vidéos ont été prises au Salon du Body Fitness (deux jours) et ce dans tous les espaces de pratique et d'exposition. Par la suite, les photos les plus représentatives de l'hyper sexualisation des corps, de la masculinité hégémonique et l'emphasized femininity ont été sélectionnées à partir des éléments les plus saillants de ces stéréotypes de genre. L'étude des photos et vidéos prises sur place ainsi que des affiches et de la presse spécialisée sont révélatrices de modèles de genre différenciés⁵⁰ très stéréotypés. Ces derniers sont analysés aux filtres des tenues, des hexis corporelles en plaçant le corps comme révélateur des rapports sociaux de sexe d'un point de vue symbolique dans ce de régime de genre du fitness.

⁵⁰ Pour un développement de cet aspect, voir le chapitre 2.

2-3-2-1 Des espaces différenciés.

En soi le Salon est un événement majeur du sous champ fitness, s'y rendre fait partie intégrante du métier et sa visite ne peut laisser les professionnel·le·s, les amateur·rice·s passionné·e·s et les visiteur·euse·s indifférent·e·s, *« on va voir ce qui se passe à Paris, s'ils lancent des nouveautés ou quoi, voilà. (...) C'est bien d'aller au Salon même si on sait qu'on ne va pas faire grand-chose là-bas. Moi j'y vais pour suivre des cours, lui il va voir les machines. (Laura), Ça remet en question aussi, ça remet en question énormément. (...) C'est une profession où il faut qu'on se remette en question constamment pour se demander si on fait bien les choses, si ça vaut le coup (silence). Voilà, quand je vois les cours de step qu'il y a, moi je me dis « wow, Baptiste, voilà ! » (Laura et Baptiste, co-gérants indépendants de Vita forme). Il s'agit d'un rendez-vous annuel mêlant professionnel·le·s, éducateur·rice·s sportif·ive·s (« profs de fitness » ou « coaches » selon les appellations), gérant·e·s, investisseur·euse·s, pratiquant·e·s, passionné·e·s et « stars » internationales de bodybuilding, de Crossfit®, de fitness freestyle, sportif·ive·s de haut niveau et des blogueur·euse·s. Loin du niveau micro social, le Salon Mondial du Body Fitness sert de vitrine de la culture fitness, on assiste à une véritable marchandisation des corps, *« une scène de liesse avec quelques athlètes de musculation esthétique qui montent sur un comptoir de stand de protéines bios et véganes, les hommes sont torsés nus, les femmes hyper maquillées. Les gens sont attroupés devant le stand essayent de prendre des photos, d'attraper un bidon de protéines... »* (Extrait du carnet ethnographique, Salon du Body Fitness, Mars 2018).*



Photo n° 2, Distribution gratuite de protéines par les athlètes de Nutrend,

Salon du Body Fitness, Paris, Mars 2018.

Une structuration de l'espace similaire à celui créé dans les salles de fitness enquêtées se retrouve au Salon, un premier niveau du pavillon est réservé à la musculation dans sa version plutôt *hard* (cages et structures avec échelles, barres de tractions, etc). Toute l'économie dérivée du fitness y est présentée, telle que les compléments alimentaires (protéines, vitamines, acides aminés), les marques de vêtements, les podiums (espaces dédiées, podium photos avec les athlètes égéries des marques, podium démonstration de cours de Zumba®, podium de cours gratuits en démonstration souvent des nouveautés). C'est aussi l'espace des performances sportives ouvertes à tous, de nombreux défis d'expression de la force pure sont mis en place : concours de tractions, « kings of rep » en soulevé de terre. Cet espace que l'on pourrait penser comme une maison des hommes est investi par quelques femmes. Si toutes les démonstrations de force et de puissance sont réalisées par les hommes, les sportives s'exhibent de manière à faire valoir leur corps et leur apparence. Les athlètes sur ce premier niveau se regroupent sur les stands pour poser en string et brassières. Ce traitement médiatique repose sur l'ensemble des représentations liées aux normes de genre dans le sous champ et rappelle que ce dernier symbolise la hiérarchie entre les sexes basée sur la domination du masculin sur le féminin (Bourdieu, 1998).



Photo n°3. Athlètes Bio-Tech USA et l'enquêtrice en pause photo.

De la même façon que dans le monde de la boxe et des sports de combat, les images du corps érotisé des femmes sont omniprésentes (Mennesson, 2007a) cette mise en scène de la « féminité » ne semble pas poser de problème, termes sexy, poses aguichantes partiellement et/ou totalement dévêtues, les femmes sont réduites à un objet sexué, voire sexuel.

Le deuxième étage du pavillon n°5 est un espace consacré à l'achat du matériel de musculation ou d'aménagement des salles de fitness, ici l'ambiance est radicalement opposée à celle de l'étage du dessous, la musique est douce, les professionnel·le·s sont vêtu·e·s de costumes, un espace de pratiques douces, « espace zen » se trouve au fond de cet étage avec lumières tamisées, tapis de sol et musiques appropriées. Un point conférence avec des interventions diverses et variées sur le management ou la prise en charge du client se succèdent sur les 3 jours du Salon. Cet étage est plutôt dédié aux gérant·e·s, aux investisseur·euse·s, il est organisé comme un espace de vente avec petits salons privés, canapés et tables basses dans chaque stand de grandes marques. On y retrouve aussi les appareils de musculation, les innovations en appareils de cardio-training et technologiques qui sont aussi à l'essai. Un immense plateau de musculation est aménagé au stand Panatta (grande marque d'appareils de musculation) avec de nombreux·ses athlètes (égéries de la marque) en démonstration aux appareils.

Enfin le troisième et dernier espace du Salon du Body Fitness, est un autre pavillon où se déroulent les conventions de fitness, autrement dit les cours géants de fitness chorégraphiés freestyle (Total Freestyle) et franchisés (Les Mills®).

Hall des conventions de cours collectifs, Jour 1 :

« D'un côté la convention free-style où les pratiquant·e·s semblent hyper satisfait·e·s voire en extase, je vois des situations où l'excitation collective est palpable, les pratiquant·e·s sautent se lâchent, crient, cela peut surprendre.

Dans l'autre espace juste à côté, les cours de la franchise Les Mills®. Tout est beaucoup plus uniformes, les corps et les tenues. Les discours sont spécifiques : on parle de puissance, de bras de leviers ... des termes très techniques et très précis. »

Extrait du carnet ethnographique, Salon du Body fitness, Paris, Mars 2018



Photo n°4, Professionnel·le·s de Freestyle en train de délivrer un cours dans l'espace des conventions.

A l'intérieur de ces espaces, qui sont finalement des espaces de pratiques se distinguent des normes et mises en scène du genre distinctes.

2-3-2-2 Féminités et masculinités plurielles

Ces représentations médiatisées du masculin et du féminin ne rendent compte que la dimension symbolique des relations de genre, ce qui tend à homogénéiser le sujet s'il n'est traité que sous l'angle de l'incarnation d'une norme (R. W. Connell & Messerschmidt, 2015). L'objectif ici est de rendre compte de ces représentations symboliques et de comprendre comment elles travaillent, de manière multidimensionnelle, l'ensemble dispositionnel des enquêté·e·s et participent à la fabrique du genre chez les professionnel·le·s. Le genre participe ici à renforcer l'appartenance à une catégorie de sexe, se révèlent des féminités et masculinités plurielles mais complices de l'ordre de genre.

Afin d'établir une grille de lecture nous avons identifié les indicateurs d'une mise en valeur de l'appartenance à chaque catégorie de sexe. Quelques photos prises lors de ce relevé de terrain viennent illustrer ces masculinités et féminités multiples.

Hommes	Femmes
En short	En sous-vêtements
Torses nus	Brassière et legging moulant
Souvent photos du buste et visage	Brassière et shorty
Quelques hommes racisés	Peu de femmes racisées
Mise en valeur des abdominaux	Photos prise à partir de mi-cuisse ou en totalité
Mise en valeur des bras	Décolleté et poitrine systématiquement mises en valeur
Mise en valeur du visage	Photos de profil quasi systématique pour les pauses photos avec cambrure exagérée et « booty » = fessier mis en valeur
Look très structuré	Cheveux longs et détachés ou coiffure stylisée
Stylisation coupe de cheveux	Maquillage
Bronzé	Bronzée
En action, avec charge en contraction musculaire	En attente, ou sur des appareils type adducteurs/abducteurs
Tatouages	Tatouages
Mise en scène de la force	Mise en scène érotisée
Mise en scène de la force/puissance pour certain	Érotisation partielle avec des tenues de sports équivalentes à des sous-vêtements « sexys » : laçages, bretelles croisées, parties ajourées, décolletés plongeants
Moins de diversité de couleur : noir, rouge, bleu, gris, blanc	Look free style hyper coloré et très près du corps
Pratiques identifiables avec les vêtements : free style = tee-shirt ample, casquette, chemise nouée autour de la taille ; musculation = short et débardeur voire torse nu	Pratiques identifiables avec les vêtements : free style = tee-shirt ample, casquette, chemise nouée autour de la taille ; musculation = brassière et legging hyper moulant

Tableau n° 14. Mise en valeur de son appartenance sexuée

Le premier bilan que l'on peut dresser est l'hyper-sexuation en vigueur dans le champ, par une mise en valeur de manière exacerbée les attributs sexués. La stylisation genrée du corps par le choix des vêtements, la coiffure, le maquillage sont autant de marqueurs qui renforcent l'appartenance à sa catégorie de sexe, le façonnage des corps se différencie entre les hommes et les femmes et renforce la hiérarchie entre les sexes.

Le deuxième bilan est que la mise en valeur des attributs pour les hommes se focalise sur le torse, les bras, le dos, le volume de la masse musculaire est développé et largement mis en avant, « notons au passage que la centration des femmes sur le travail des muscles abdominaux (la future mère) et celle des hommes sur le travail du haut du corps et les bras (le protecteur/le soldat de la famille et de la patrie) s'enracinent dans une histoire dans une histoire des gymnastiques et de l'exercice physique dès le XIXe siècle, différenciation durablement soutenue, alors et ensuite, par les médecins hygiénistes » (Louveau, 2007, p. 62). Pour les femmes la sangle abdominale mais également les fessiers, et la poitrine sont mis en valeur.

Associée à la dimension symbolique de la masculinité hégémonique, les postures d'homme caractérisent la puissance, la force, la résistance, la combativité, mais peuvent également évoquer une érotisation des corps par le dévoilement (partiel) des corps. Alors que pour les femmes, les postures sont majoritairement évocatrices d'une érotisation « dure » ou « douce » selon la mise en scène (Frayssse, 2013), révélant ainsi l'asymétrie des normes encadrant les corps des hommes et des femmes. Cette analyse rend compte de nuances dans la définition du masculin et du féminin selon les espaces de pratiques, aussi 4 modèles de genre, au sens de la mise en scène du genre par les individus, se distinguent, les athlètes proches de la masculinité hégémonique et de la féminité accentuée, les « personnalités de la toile » (blogueur·euse·s qui ont un influence médiatique dans la circulation des normes de genre et sont des pratiquant·e·s voire des athlètes de bodyfitness -au sens du fitness athlétique), les professionnel·le·s du freestyle, les professionnel·le·s du soft fitness.

2-3-3-2-1 Les « athlètes »

Ces derniers, hommes et femmes, sont des pratiquant·e·s d'un fitness athlétique (musculature esthétique, bodybuilding, cross-fit, force athlétique, etc) et sont souvent des égéries (dans la mesure où il·elle·s représentent une marque et participent à influencer les consommateur·rice·s.) des marques de compléments alimentaires, de vêtements, de matériels sportifs.

Les hommes se distinguent par un culte de la masse musculaire hyper développée et symbolisent la « masculinité » évoquée par Frayssse dans les médias spécialisés de la presse VTT. Ces hommes véhiculent « une forme idéale typique de la masculinité, la nudité n'est plus utilisée comme instrument d'érotisation, mais comme démonstration de la puissance » (Frayssse, 2013, p.138). Dans le sous champ, les athlètes offrent un dévoilement partiel des corps, les muscles sont saillants, mais le corps est esthétisé dans son ensemble, si dans l'enquête de Frayssse, il ne s'agit pas d'une érotisation, ici elle peut être questionnée⁵¹. Ils sont plutôt jeunes (25-35 ans) peu racisés et plusieurs athlètes handicapés (amputés bras/jambes) font partis de teams⁵² de certaines marques internationales, se rapprochant ainsi de la glorification des blessures (Steven & Messner, 2002), caractéristique typique de la masculinité hégémonique.

⁵¹ Cette perspective est détaillée en partie 4.

⁵² Les teams sont des équipes d'athlètes professionnels sponsorisés par des marques (Bulk, Nutrend, Biotech, etc)



Photo n° 5. Athlètes en démonstration sur le stand Panatta (2^{ème} étage),
Salon du body Fitness, Mars 2018.

Sur cette photo prise sur le vif, des athlètes sur un stand de matériel sportif, manipulent les appareils de musculation. Les tenues laissent apparaître les musculatures des hommes et des femmes, catégorisé·e·s par un badge « athlète ». Hommes et femmes alternent sur les appareils de musculation, toujours par deux, les hommes sont majoritaires et être une femme dans l'espace du fitness athlétique se caractérise par une hyper sexualisation corporelle et une érotisation de la posture féminine. Développant une musculature comme les hommes, les femmes se doivent de mettre en valeur les attributs distinctifs de leur appartenance à la catégorie de sexe (Mennesson & Clément, 2009).

Les représentations du masculin et du féminin peuvent donc aller jusqu'à l'extrême, en vouant un véritable culte à la masse musculaire, ces hommes et ces femmes font le choix de véhiculer un modèle de genre spécifique.



Photo n°6, Stand Eric Favre ⁵³avec Morgan Aste (Champion de France IFBB)
pour les pauses photos et dédicaces.

Se retrouve chez les athlètes, égéries et pratiquantes de fitness athlétique une valorisation esthétique de la poitrine et des fessiers par la tenue et très souvent la position booty pour les photographies et vidéos notamment. La pause est toujours la même légèrement de profil, une jambe est fléchie, talon décollé, ce qui bascule une hanche de côté.

⁵³ Eric Favre est une marque de compléments alimentaires qui a étendu progressivement son activité aux produits dérivés des sports en général (nutrition du sportif, récupération, méthodes d'entraînement, vêtements, etc)



Photo n°7, Stand Olimp, pause photo pour une athlète et ses fans,
Salon du Body Fitness, Paris, Mars 2018.

La féminité s’y décline jusqu’à la « bimbo », cet idéal typique regroupe un tryptique, la blondeur, la minceur et l’opulence de la poitrine (qui participe à l’érotisation des seins). En allant plus loin, la « bimbo » fait voler en éclat les codes et « incarne une féminité si outrancière qu’elle dénature les codes auxquels elle souscrit et en révèle toute la dimension culturelle », « maquillage, chirurgie, cheveux mimique, démarche posture : leur degré de fabrication est visible » (Banotto, 2002).



Photo n°8, Athlète SCITEC en attente pour des photos.

Souvent stigmatisée, elle retire néanmoins un avantage médiatique (et de manière différée économique) de l'exploitation de leur corps⁵⁴. Cette classification fait explicitement référence à la sexualisation de l'apparence et au genre et porte en elle les effets de l'attribution d'une « étiquette » sociale (Boni-Le Goff, 2013).

Les photos de panneaux publicitaires mettant en scène une égérie de marque de compléments alimentaires est assez révélatrice. Cette athlète internationale néerlandaise (Evelien Nellen Van Pelt) fait partie de l'équipe « Nutrend Team » et termine régulièrement sur les podiums WBFF Pro Diva. La mise en scène réalisée pour la photo de la marque révèle une tenue dénudée et une posture érotisée. La poitrine est dévoilée par la brassière à la découpe volontairement évocatrice, la posture sportive avec charge et contraction musculaire rappelle un usage du corps proche du rapport au corps des hommes, la position est aussi largement érotisée avec les fessiers et la cambrure du dos. La tenue « sportive » brassière et short est très peu couvrante, clairement elle s'inscrit dans un registre de tenue sexy dévoilant au maximum le corps de femme de cette athlète. Les longs cheveux détachés aussi évocateurs de la féminité exacerbée viennent compléter cette mise en scène corporelle sexuée et sexuelle, ils constituent un des éléments ritualisés de la manifestation de la féminité (Boni-Le Goff, 2013). Françoise Héritier (1996) analyse le rôle structurant des différences corporelles dans la conception binaire du masculin et du féminin. La poitrine et la courbure placent les femmes du côté de la « courbe » en opposition à la « droiture » du masculin (Bourdieu, 1972), cette taxonomie structure ainsi les schèmes d'action et de perception. L'hyper cambrure des reins ou des seins est un élément d'érotisation « dure » (Frayse, 2013) et place ces figures féminines dans un statut d'objet sexuel

⁵⁴ Au sujet des « bimbos », Garance Banotto (autrice et comédienne) rédige un article de presse en ligne particulièrement éclairant, elle précise que comme les travailleuses du sexe, les bimbos retirent un avantage économique de l'exploitation de leur corps, <https://manifesto-21.com/ode-a-la-bimbo-icone-culture-pop-1/>



Photo n°9, Affiche à la boutique Nutrend, Athlète Nutrend Team, Word WBF Pro Diva, 1^{er} étage, Salon du Body Fitness, Paris, Mars 2018.

En investissant un espace de pratiques masculines, les athlètes de bodybuilding se mettent en scène, acceptent et cultivent cette image et cette posture où la féminité est hyper valorisée voire même érotisée. Christine Détérez rappelle que les photographies « conventionnalisent nos conventions, stylisent ce qui l’est déjà » (Détérez, 2002, p. 151), s’y manifeste toute « la symbolique d’une époque, du groupe où elle s’inscrit » (p.151). Ces images produisent donc des effets et recèlent une dimension performative, sous la forme d’injonctions, elles forment une pression à se conformer à une certaine esthétique (Boni-Le Goff, 2013). Les critères esthétiques sur lesquels elles reposent sont un des lieux de production des frontières de genre et un des lieux d’exercice de la domination masculine (Vigarello, 2004).

2-3-2-2-2 Les personnalités de la toile⁵⁵ : blogueur·euse·s

Sur les réseaux sociaux de nombreux blogs ou chaîne Youtube proposent des conseils alimentaires, beauté, style de vie ainsi que des conseils liés aux pratiques sportives. Le fitness

⁵⁵ D’internet et des réseaux sociaux.

n'échappe pas à ce phénomène important tant ces influenceur·euse·s participent à la fabrique du genre et à l'économie du champ. Johansson et Andreasson (2013) parlent de ce point de vue « d'identité de genre » (« gender identity ») notamment au travers de trois figures féminines de la blogosphère en Suède.

Sans avoir réalisé d'enquête auprès de ces personnalités, les photos prises sur les stands qui y sont dédiés montrent ces personnalités de la communauté fitness. Il s'agit très souvent d'athlètes lié·e·s avec des marques de vêtements ou de compléments alimentaires, de matériel sportif.



Photo n°10. Chloé Lanchois (Team Bulk, compléments alimentaires, experte en nutrition et fitness girl⁵⁶) et ses fans au stand photo, Pavillon n° 1 (RDC), Parc des Expositions, Salon du body Fitness, Paris, Mars 2018.

Ci-dessus, une photo prise avec des pratiquantes et une blogueuse sur laquelle on peut noter la différence de posture entre elles. La blogueuse adopte la position « booty », ses vêtements sont près du corps, la mise en scène du féminin diffère entre la « fitness girl » et ses admiratrices.

⁵⁶ Informations recueillies sur le site internet de la marque Powders.

2-3-2-2-3 Les athlètes « Les Mills®»

La photo ci-dessous renseigne sur le modèle de genre véhiculé par la franchise Les Mills®, pour rappel il s'agit d'un concept néo-zélandais qui a révolutionné le fitness et les cours collectifs traditionnels en proposant, des cours pré-chorégraphiés, pré-scénarisés sur toutes les formes de fitness traditionnels (cours dansés, step, renforcement musculaire, pratiques soft, cours athlétiques, cours aquatiques, cours spécifiques aux séniors, cours de haute intensité, activités de type sports de combat). Ces cours bénéficient d'un succès mondial mais représentent un coût non négligeable pour les salles de fitness (environ 200 € par mois pour une licence de cours). En se plaçant comme dominant sur le marché international, Les Mills® est une véritable organisation hiérarchique (Charissou, 2019), voire une institution totale (Goffman, 1961) dans la mesure où elle fonctionne comme une matrice de socialisation avec des effets importants sur le style de vie des professionnel-le-s (rationalisation importante voire extrême du rythme de vie, référence constante à l'idéologie sportive, etc). A ce sujet, Mennesson (2007) souligne que la définition d'une institution totale ne correspond pas à la plupart des institutions sportives mais ce terme semble intéressant pour mettre au jour le contrôle social exercé sur les individus.

Les modèles de genre véhiculés par les professionnel-le-s de la franchise ne semblent pas sexualisé-e-s mais davantage orienté-e-s vers un modèle sportif. Une forme de neutralité des usages sportifs du corps se déploie dans l'enseignement des cours Les Mills®. Hommes et femmes adoptent les mêmes postures : droiture, alignement, placement des bras, sourire, uniformisation des corps et gabarits d'athlètes sont les caractéristiques les plus saillantes. Les deux photos ci-dessous prises pendant des cours différents montrent davantage des sportif-ive-s que des modèles « féminins » et/ou « masculins ».



Photo n°11. Convention Les Mills®, Pavillon n°3, Parc des Expositions de Paris, Mars 2018.

La distinction entre homme et femme n'est pas véritablement mise en avant. La prof, ici présente une musculature assez développée et volontairement soulignée comme gage d'efficacité des cours dont elle représente la marque. Cheveux courts et short, seule la brassière permet de mettre en avant la poitrine mais pas à la manière des autres modèles de genre hyper sexués, les abdominaux sont également valorisés.

La deuxième photo, ci-dessous, met en lumière de manière privilégiée, l'hexis corporelle des professionnel·le·s sur ce cours Les Mills®. Une femme et deux hommes à côté en mouvement, ici les mouvements sont identiques, peu importe la catégorie de sexe, l'uniformisation des mouvements, des tenues et des corps est une caractéristique forte souvent critiquée par les professionnel·le·s enquêté·e·s⁵⁷.

⁵⁷ Ce point est discuté dans le chapitre 8.



Photo n°12, Convention Les Mills®, Pavillon n°3, Parc des Expositions de Paris, Mars 2018.

Finally, the sexualization is relatively neutralized, the staging of the genre is not exacerbated. On this 3rd photo, the silhouettes do not allow to differentiate the men from the women, what matters more is the sporty gesture plus the professional fitness.



Photo n° 13. Podium convention Les Mills®, Pavillon 3, Parc des expositions de Paris, Salon du Body Fitness, 2018.

La stratégie de la franchise vise donc à imposer un modèle de genre sportif comme norme dominante. L'uniformisation des cours collectifs de fitness passe ainsi par une uniformisation des corporéités au sein de cette institution spécifique.

2-3-2-2-4 Les « Freestylers » internationaux

La photo suivante est prise à l'issue d'un cours de Zumba® endiablé, « le prof » venant de remettre son tee-shirt. A l'instar des stars de cinéma, des chanteurs, les « stars » du fitness free-style sont aussi très sollicitées pour des prises de photos avec leurs admiratrices. La pratiquante ci-contre est assez représentative de l'ensemble : catégorie d'âge 40-55 ans, sa stylisation corporelle est très classique et ne se présente pas comme sportive. Ici se mesure la dissonance entre les modèles de genre véhiculés par les professionnel-le-s et ceux incarnés par les pratiquant-e-s.



Photo n°14, Présenter de Zumba® et une admiratrice pour une pause photo. Pavillon 5.1, Salon du Body Fitness, Paris, Mars 2018.

Être un homme dans l'espace du fitness chorégraphié suppose aussi une mise en scène du genre spécifique, ici la musculature et les valeurs traditionnellement associées au masculin ne sont pas valorisé-e-s, c'est la mobilisation d'une gestuelle spécifique (chorégraphiée et évoquant la

sensualité) qui est valorisée. Ce modèle de genre des « présenters » de Zumba®⁵⁸ renvoie à l'image d'un idéal typique fantasmé. Faire le choix d'un homme pour délivrer ce type de cours est un choix stratégique ⁵⁹ pour la salle de fitness, et le « prof de fitness » est bien un idéal-type⁶⁰ (Weber, 1992) de masculinité plébiscitée par un certain public.

« J'assiste à un cours de Zumba®, 3 hommes et 2 femmes délivrent le cours. Systématiquement les hommes sont sur le devant de la scène, ils se relaient. Au fur et à mesure une ambiance se crée avec des sifflements, des cris du public quasi exclusivement féminin. Les mouvements deviennent de plus en plus sensuels voire érotiques : les professionnels se caressent, retirent leur tee-shirt, mobilisent des mouvements sexualisés avec le bassin. J'assiste à des scènes de liesse et d'excitation collective avec des sifflements, il y a un jeu de séduction prégnant entre les professionnels et leur public, les « profs » sont torse-nu, les cheveux longs, la transpiration ruisselle sur les corps, ils sont bronzés, tatoués, ça plait au public c'est sans équivoque. Je note une forme de fascination du public pour les profs qui sont sur scène, c'est un show très chaud qui rappelle ce que Virginie Blum (2013) décrit sur les hommes qui s'effeuillent pour des femmes »

Extrait du carnet ethnographique, Salon du Body Fitness, Mars 2018.

La photo prise à l'occasion d'un cours de Zumba® lors du salon illustre la mise en scène de ce type de masculinité.

⁵⁸ Zumba® est une marque de cours collectif déposée qui fonctionne comme une franchise, ce cours est soumis à formation qualifiante spécifique. Il s'agit d'un cours chorégraphié dansé sur des musiques latinos très rapides, mêlant salsa, aérobic, etc.

⁵⁹ Pour un développement complet voir le chapitre 7.

⁶⁰ La notion d'idéal-type renvoie à « un moyen de comprendre le sens que les individus donnent à leurs expériences vécues, ce qui conduit à mettre ces dernières en relation avec l'organisation de la société à un moment historique de son évolution » (Paugam, 2014). Max Weber propose « on obtient un idéaltype en accentuant unilatéralement un ou plusieurs points de vue et en enchaînant une multitude de phénomènes donnés isolément, diffus et discrets, que l'on trouve tantôt en grand nombre, tantôt en petits nombre et par endroit pas du tout, qu'on ordonne selon les précédents points de vue unilatéralement, pour former un *tableau de pensée* homogène. » (p.181)



Photo n°15, Cours de Zumba®, podium des animations gratuites, Salon du Body Fitness, Paris, Mars 2018.

2-3-2-2-5 Les professionnelles du soft fitness : une féminité neutralisée

La photo ci-dessous est prise à l'espace « Zen » du Salon, situé au deuxième étage entre les stands de matériels et les conférences de management. Cet espace, loin du tumulte du rez-de-chaussée est caractérisé par des couleurs pastel (rose poudré, beige, rose), une musique douce d'ambiance et un éclairage dans les mêmes tons, des tapis sont installés au sol dans un tout petit espace à part. Ici, il s'agit de la mise en place d'un cours de yoga, pas d'hypersexualisation de la professionnelle, une tenue classique de pratique douce (legging et tee-shirt), la pratique de fitness soft semble atténuer l'érotisation des corps.



Photo n°16, Espace Zen, Mise en place d'un cours de yoga. Pavillon n° 3, 2^{ème} étage, Parc des Expositions de Paris, Salon du Body Fitness 2018.

De la même manière, cette seconde photo prise lors d'une démonstration de gym posturale avec ballon, illustre aussi le modèle de genre véhiculé par les professionnelles (quasi exclusivement des femmes au Salon Mondial du Body Fitness) du soft fitness.



Photo n°17, Démonstration de « Postural Ball », Pavillon n° 3, Rez-de-chaussée, Podium des animations gratuites, Salon du Body Fitness 2018, Paris.

Pour conclure, les différents espaces de pratique mis en évidence dans les salles de fitness se retrouvent ici comme des marqueurs symboliques, des frontières de genre. La notion de « gendered spaces » (Johansson, 1996) est particulièrement pertinente pour distinguer la production de masculinités et féminités multiples et complices de l'ordre de genre. Allant bien au-delà de l'homme viril et de la femme féminine, ces modèles de genre renvoient à des formes plurielles de la masculinité hégémonique et de l'emphasized femininity. Néanmoins d'autres formes idéales typiques de féminités et de masculinités sont présentes, ce qui rend compte d'une possible distanciation aux normes de genre dominantes dans le sous champ.

La présentation du sous champ du fitness, des enquêté-e-s et de la distribution des capitaux permet de comprendre cet espace des salles du fitness eu niveau local. Le genre participe ainsi à structurer les pratiques corporelles selon des modes concrets d'engagement du corps différenciés. Cette forte sexuation des pratiques et des espaces de pratiques, autant au niveau micro social de l'espace local de la salle de fitness, qu'au niveau macro social du Salon Mondial du Body Fitness renforce des rapports sociaux asymétriques et la hiérarchie entre les sexes d'un point de vue symbolique.

L'analyse de la composante symbolique de ce régime de genre spécifique aide à saisir les enjeux liés à la production de corporéités genrées pour les agent-e-s du sous champ et plus

particulièrement les professionnel·le·s. Si les stéréotypes de genre balisent les espaces et les pratiques du fitness, ils participent à une inculcation idéologique ((Lahire, 2001a) quant aux normes de genre et assignations de sexe. Dès lors, pour comprendre comment les professionnel·le·s se positionnent en relation avec cette culture fitness, il semble intéressant d'objectiver la carrière fitness des enquêté·e·s, leurs modes de socialisation, les modes d'entrée dans le métier et les conditions de leur maintien.

PARTIE 2

LES ÉTAPES DE LA CARRIÈRE FITNESS : MODES D'ENGAGEMENT, ENTRÉE DANS LE MÉTIER ET CONDITIONS DE MAINTIEN

L'analyse classique des carrières professionnelles constitue un point d'ancrage intéressant. En effet, « la carrière est un concept utile pour construire des modèles séquentiels de divers types », comme le précise Howard S. Becker (1985, pp. 43-54). Dans l'étude des professions, ce concept permet d'englober l'analyse des événements et des circonstances affectant le passage d'une position à une autre au sein d'un système professionnel. Becker a choisi d'étudier les carrières déviantes des fumeurs de marijuana notamment par le biais des facteurs permettant cette mobilité, « c'est-à-dire aussi bien les faits objectifs relevant de la structure sociale que les changements dans les perspectives, les motivations et les désirs des individus » (pp. 43-54). Le positionnement interactionniste issu des tenants de l'École de Chicago, permet de présenter un modèle séquentiel ayant pour objet « la dialectique entre ce qui est régulier et récurrent d'un côté, et ce qui est unique de l'autre » (Hugues Everett, 1996, p. 176). Ainsi, la carrière permet de repérer des moments, des étapes, des phases distinctes dans une trame mais se limite à une pratique, un métier (Chevalier et al., 2011). A travers son travail sur les carrières anorexiques, Muriel Darmon (2014) tisse des liens entre une acception interactionniste de la notion de carrière et la notion d'objectivation issue de la sociologie bourdieusienne, elle propose de faire de la carrière « un instrument interactionniste d'objectivation » (Darmon, 2008). L'autrice insiste sur les limites du terme « carrière » et pointe la tendance à l'homogénéisation de la description du déroulement de chacune de ses phases dans la construction d'un modèle séquentiel unique. Dans cette perspective, l'adaptabilité et la plasticité de ce concept permet de nouvelles « conditions d'emploi » ((Darmon, 2008) en objectivant (ou pas) l'usage du contexte. En mettant au jour la question de la « continuation » dans la carrière, Darmon met en avant les contours du « travail » nécessaire au maintien de l'engagement dans la carrière anorexique. Cette idée est particulièrement intéressante pour appréhender les conditions sociales de la « continuation » dans une carrière professionnelle non pas déviante mais *coûteuse*⁶¹ (sur différents plans) comme celle des enquêtés. Au même titre que la perspective développée par Richard Ekins (1997), dans ses travaux autour des récits des transsexuels, l'étude des différentes formes de « consolidation » est un moyen de comprendre le maintien de l'engagement dans une carrière de professionnel·le du fitness. L'objectivation de la carrière permet une analyse dépassant la simple description des étapes, et invite à se centrer sur les pratiques concrètement mises en œuvre par les individus pour que la carrière évolue. Dans le

⁶¹ Par *coûteuse*, nous pensons particulièrement à l'investissement corporel intense dans la pratique professionnelle, la mise en scène de soi avec la tenue d'un rôle modèle devant les pratiquants, l'incorporation d'un modèle de genre, les arrangements conjugaux nécessaires pour la survie du couple et de la petite entreprise de sport et enfin la mise en jeu de soi dans sa capacité de séduction et le contrat qui lie nos enquêté·e·s et leurs pratiquant·e·s/client·e·s.

champ du sport, certain·e·s auteur·e·s se sont emparé·e·s de ce point de vue pour engager une réflexion sur les carrières sportives (Mennesson, 2004a; Le Mancq, 2007) ou encore sur les carrières sexuelles des sportives (Sablík & Mennesson, 2008).

D'autres auteurs adoptent un point de vue différent à propos du concept de carrière. Par exemple, pour Manuel Schotté (2005), la carrière se centre sur ce qui est directement donné à voir dans le déroulement des différentes phases laissant de côté ce qui est antérieur ou extérieur au processus étudié. L'auteur préfère utiliser le concept de trajectoire pour rendre compte du déroulement de parcours biographiques. La carrière et la trajectoire ne se positionnent pas au même niveau d'analyse : la carrière issue de la tradition interactionniste s'intéresse à l'individu, alors que la trajectoire dans une perspective structuraliste permet de mettre en relation le trajet d'un individu dans l'espace social en général, « les évènements biographiques se définissent comme autant de placements et déplacements dans l'espace social, c'est-à-dire plus précisément, dans les différents états successifs de la structure de la distribution des différentes espèces de capital qui sont en jeu dans le champ considéré » (Bourdieu, 1986, p. 69-72). La notion de trajectoire correspond à une vision plus globale dans le temps et les espaces sociaux mis en jeu. Elle renvoie aux positions occupées successivement par un·e même agent·e dans un espace qui peut aussi se transformer (Bourdieu, 1986). Cette perspective structuraliste permet de rendre compte de la « forme » que peut revêtir la trajectoire des enquêtés : forme objective ou subjective de déclassement ou reclassement social.

Plutôt que choisir un cadre d'analyse, la démarche (Mennesson, 2007a) est ici d'articuler les deux afin de comprendre comment les modes d'engagement, communs aux enquêté·e·s, sont favorables à l'entrée dans le métier. Ainsi, les changements objectifs et subjectifs sont repérables par les pratiques concrètes mises en place tout au long des étapes de la carrière, ce qui influe sur la trajectoire de l'agent dans le sous-champ.

Dans ce chapitre, il s'agira de mettre en avant ce qui relève d'un processus générique aux enquêté·e·s. Si le genre est particulièrement saillant dans les différentes postures adoptées par les hommes et les femmes dans le sous-champ du fitness, il ne représente pas un élément distinctif pour entrer dans la carrière. L'analyse au prisme de la carrière (Darmon, 2003) souligne les différentes étapes de celle-ci en objectivant ce qui différencie et réunit les professionnel·le·s du fitness dans ce contexte spécifique. Les différentes étapes de la carrière permettent de s'appuyer sur une grille d'analyse pertinente pour comprendre la force des processus de socialisation et les pratiques mises en œuvre tout au long de celle-ci. La première étape, celle de l'engagement, commune aux enquêté·e·s se structure en relation avec des conditions sociales, une trajectoire scolaire et des dispositions sexuées favorables à l'entrée

dans la carrière. La deuxième étape, celle de la professionnalisation, montre deux possibilités : une professionnalisation précoce et exclusive dans le sous champ, ou une reconversion professionnelle. La troisième étape, celle du maintien de cet engagement dans la carrière, suppose l'ouverture d'une salle de fitness et pose ainsi la question de la durée dans le métier. En creux se dessinent les effets sur la trajectoire sociale que peut revêtir cette forme de reconnaissance symbolique liée à la création de sa propre entreprise. Cette caractéristique est portée par l'incorporation d'un ethos professionnel d'indépendant et spécifie une modalité d'exercice spécifique du métier : celle de gérant·e-polyvalent·e. Ces travailleur·euse·s sportif·ive·s, exerçant principalement en couples, mettent en place des modes de gestions particuliers dont certains points sont communs avec ce qui a été montré à propos de l'artisanat (Bertaux-Wiame, 2004a).

CHAPITRE 3. LES CONDITIONS SOCIALES DE L'ENGAGEMENT DANS LA CARRIÈRE

Les travaux de Mennesson, Bertrand et Nicaise (2019) montrent bien comment « le sport construit la classe ». L'étude des pratiques sportives et artistiques chez les plus jeunes met en évidence une exposition très inégale aux expériences pédagogiques hors temps scolaire que représentent la pratique sportive et artistique encadrée. La formation sous-jacente de dispositions rentables au niveau scolaire et professionnel se trouve alors répartie inégalement entre les classes et les fractions de classes sociales. L'importance de la socialisation sportive et les conditions de réalisation de celle-ci au sein de la structure familiale donne des points de repères importants sur les dispositions acquises durant la socialisation primaire. Cette première étape de l'engagement se caractérise par la constitution d'un habitus sportif de classe et de sexe, processus commun aux enquêtés.

3-1 La famille et l'école, la socialisation primaire comme déterminant commun

Lahire (1999) précise que la notion même de « disposition » est centrale pour penser le passé incorporé à l'échelle individuelle, aussi faut-il se demander comment ces dispositions sont incorporées et comment elles agissent. Sans être une compétence, la disposition est un penchant, une propension, une inclination, s'accompagnant d'appétence ou de dégoût. Comprendre une disposition nécessite donc de reconstituer sa genèse c'est-à-dire les conditions et les modalités de sa formation (Lahire, 1999b). La formation des dispositions (des schèmes) s'inclut dans différents modes de socialisation auxquels nous allons nous intéresser ici.

3-1-1 Origine sociale

La population de l'enquête est issue, pour la moitié, du département des Landes, elle est plutôt rurale et d'origine modeste.

Enquêtées	Situation familiale	Catégorie socio-professionnelle des parents	Origine sociale et fraction de classe
Nicole	Enfant unique	NR	NR
Delphine	Parents en couple Aînée d'1 frère et 1 sœur	Agriculteur·rice·s	Classe populaire
Laurence	Parents en couple Mère décédée (elle avait 11 ans) 2 frères	Commerçants	Classe moyenne Pôle économique
Laura	Parents en couple 1 sœur	Père : commerçant (antiquaire) Mère : employée de banque	Classe moyenne Pôle économique
Sandrine	Parents en couple 4 frères et 2 sœurs (est la 5 ^{ème})	Père : ouvrier Mère : au foyer	Classe populaire
Martine	Parents en couple 1 frère	Père : cadre du public Mère : employée	Classe moyenne Pôle médian
Sophie	Non Renseigné 1 sœur plus âgée	NR	NR
Véronique	Parents en couple 2 sœurs et 1 frère	Père : profession libérale (pharmacien) Mère : au foyer	Classe supérieure Pôle médian
Sabine	Parents en couple Fille unique	Père : chef d'entreprise Mère : employée	Classe moyenne ⁶² Pôle économique
Marion	Parents en couple 1 sœur	Père : Cadre SNCF Mère : Profession intermédiaire du public (éducatrice)	Classe supérieure Pôle médian/ culturel ⁶³

Tableaux n° 14 : Origine sociale des enquêtées

Les structures familiales de nos enquêtées sont classiques (parents en couple), issues de la classe populaire (2 sur 10) et de la classe moyenne (4 sur 10) en grande majorité. Elles sont pour moitié originaires du département des Landes. Les mêmes informations se retrouvent pour le groupe des hommes.

⁶² Sans d'autres précisions sur la taille de l'entreprise, nous avons opté pour une petite entreprise, dans un autre cas, il s'agirait de la classe supérieure.

⁶³ Il s'agit d'un travail dans l'animation, plutôt du côté du pôle culturel des classes supérieures, mais sans précisions sur le type de cadre (cadre technique ou administratif).

Enquêtés	Situation familiale	Catégorie socioprofessionnelle des parents	Origine sociale et fraction de classe ⁶⁴
Serge	Parents en couple Enfant unique	Père : ouvrier Mère : au foyer	Classe populaire
Nicolas	Parents en couple Enfant unique	Père : ouvrier Mère : employée	Classe populaire
Baptiste	Parents en couple 1 frère	Père : employée Mère : employée	Classe populaire
Benoît	Parents en couple 1 sœur et 1 frère, est le cadet	Père : chef d'entreprise Mère : au foyer	Classe moyenne ⁶⁵ Pôle économique
Florent	Parents en couple 1 frère et 1 sœur, est l'aîné	Père : ouvrier Mère : employée	Classe populaire
Pierre	Père décédé 1 frère plus grand, 1 sœur plus jeune	Père : ouvrier Mère : au foyer	Classe populaire
Alain	Parents en couple 2 frères	Artisan·e·s	Classe moyenne Pôle économique
Jérémy	Parents divorcés 1 demi-frère (18mois)	Père : chef d'entreprise Mère : NR	Classe moyenne Pôle économique
Jérôme	Parents divorcés Père décédé	Père : NR Mère : Enseignante	Classe moyenne Pôle culturel
Bertrand	Parents divorcés 1 frère plus jeune	Commerçant·e·s	Classe moyenne Pôle économique
Marc	Parents divorcés 1 frère plus âgé	Commerçant·e·s	Classe moyenne Pôle économique
Maurice	NR	NR	NR
Alban	Parents divorcés 1 sœur	Père : cadre du privé puis du public Mère : profession intermédiaire	Classe supérieure Pôle médian
Michel	NR	Père : chef d'entreprise Mère : NR	Classe moyenne Pôle économique
Guillaume	Parents divorcés Mère (décédée) Enfant unique	Père : NR Mère : chef·fe d'entreprise	Classe moyenne Pôle économique

Tableaux n° 15 : Origine sociale des enquêtés

Parmi les enquêtés, 4 sont issus de la classe populaire, 9 de la classe moyenne et 1 se distingue socialement.

Les femmes sont 4 sur 10 à être d'une famille d'indépendant·e·s et 7 sur 15 pour les hommes.

La catégorie des chef·fe·s d'entreprise, commerçant·e·s et artisan·e·s est donc particulièrement

⁶⁴ Sans plus d'informations sur le capital scolaire des parents, il n'est pas possible de réaliser une typologie plus fine comme la proposition de Van Zanten (2009). Aussi nous avons fait le choix de considérer la catégorie socio-professionnelle la plus élevée des 2 parents pour établir l'origine sociale des enquêté·e·s.

⁶⁵ Sans d'autres précisions sur la taille de l'entreprise, nous avons opté pour une petite entreprise, dans un autre cas, il s'agirait de la classe supérieure.

bien représentée parmi les enquêté·e·s, notamment chez les hommes. Elle regroupe en effet 11 individus sur 25, soit près de la moitié (44%), alors qu'elle ne représente que 6,4% de la population active en France. Cette catégorie est la plus sous représentée en France, 6,4% de la population en emploi sur le territoire en 2015, alors que pour l'enquête elle représente presque la moitié (44%).

Cette propriété paraît particulièrement intéressante pour poursuivre l'analyse des processus de socialisation. A l'inverse de ce qui a été montré pour d'autres travailleur·euse·s sportifs (Bonnemaison, 2018) comme les accompagnateur·rice·s de moyenne montagne, les enquêté·e·s sont originaires de familles se situant majoritairement dans le pôle économique et non dans le pôle culturel de la classe moyenne. Ces familles sont souvent « pro-sports » et peu tournées vers la culture (Menesson et al., 2019). Elles développent une éthique particulièrement marquée par le dépassement de soi, l'investissement au travail et le goût pour la compétition, à contrario des familles du pôle culturel des classes moyennes et supérieures qui privilégient l'affirmation de valeurs non compétitives orientées vers un modèle de société alternatif. Ceci permet de supposer que le goût pour les activités sportives, pour le travail du corps, comme la valorisation de l'action et de l'entrepreneuriat renvoient pour partie à des formes de socialisation familiale spécifiques.

3-1-2 Des trajectoires scolaires variées

Mettre en relation le parcours scolaire et l'origine sociale donne accès aux dispositions scolaires que les enquêté·e·s ont acquises au sein de la socialisation familiale. Le niveau scolaire mis en relation avec la catégorie de sexe puis l'origine sociale permet de comparer le niveau de qualification des enquêté·e·s avec les moyennes nationales. D'autre part, pour saisir la trajectoire scolaire, l'analyse des propriétés sociales révèle la plus ou moins grande appétence de ces professionnel·le·s pour les savoirs scolaires.

	Hommes	Femmes	% Enquêté·e·s	% Moyenne nationale ⁶⁶
Aucune qualification scolaire	1	0	4%	13 à 15%
CAP BEP	2	0	8%	18 à 19 %
Baccalauréat ou équivalent	9	4	52%	20 à 21 %
Bac +2	0	3	12%	14 à 15%
Supérieur à Bac +2	3	3	24%	26 à 32%

Tableau n° 15 : Trajectoire scolaire des enquêté·e·s selon la catégorie de sexe

En comparaison des données nationales (INSEE, 2018), les enquêté·e·s ne sont pas sous diplômé·e·s, les non ou les peu diplômé·e·s sont moins représenté.e.s dans la population de l'enquête, mais aussi dans une moindre mesure les diplômé·e·s supérieur·e·s à bac+2.

Les enquêté·e·s, se retrouvent autour d'une faible appétence pour le savoir scolaire, empirique et dénué de sens pratique au quotidien, « *il m'aurait fallu de l'alternance* » avoue Jérôme, « *ouais du concret parce que voilà apprendre c'était pas mon truc et je prenais pas le temps de le faire* ». La population de l'enquête se caractérise par un rapport aux savoirs pragmatique, concret, la prédominance de la formation autodidacte et une vision assez négative du système scolaire dans son ensemble. Plus qu'un rapport laborieux aux études, ces expressions traduisent les effets d'un marquage négatif et l'intériorisation de leurs difficultés, « *je n'ai jamais été une lumière* » précise Sandra ; « *j'avais un peu de retard et ce n'était pas du tout mon point fort* » indique Manu, ou encore Sandrine qui dit n'avoir « *jamais été une flèche* » à l'école.

D'autre part, le parcours scolaire est à préciser selon l'origine sociale et la catégorie socioprofessionnelle des parents, au niveau national, les enfants de cadres, professions supérieures intellectuelles et professions intermédiaires sont 1 sur 2 à atteindre un niveau sup à bac +2 et 19% pour les enfants d'ouvriers et employés (à savoir que dans sa classification, les rapports de l'INSEE ne prennent en compte que la catégorie socioprofessionnelle du père). Concernant les enquêté·e·s, la surreprésentation d'enfants de commerçants, agriculteurs et chef d'entreprise (11 sur 22⁶⁷) permet une lecture plus approfondie, soit 4 enquêté·e·s de cette catégorie obtiennent un niveau supérieur à Bac+2, 2 ont Bac +2, 4 le niveau bac ou équivalent et 1 est sans qualification. Pour les enfants d'ouvrier et employés (6/22), 4 ont le bac ou

⁶⁶ Données INSEE 2018.

⁶⁷ Ici 22 enquêté·e·s sont pris·e·s en compte sur les 25 car 3 origines sociales de parents sont non renseignées.

équivalent et 2 ont obtenu un CAP/BEP. Enfin pour les enfants de cadres, professions intermédiaires, professions supérieures intellectuelles (5/22) 2 ont un niveau supérieur à Bac+2 et 3 le niveau bac ou équivalent. Autrement dit, les enquêté·e·s se répartissent pour (environ) 1/3 au-dessus du bac, et 2/3 niveau bac ou en dessous. Les plus dotés scolairement sont les enfants de cadres, professions supérieures intellectuelles et professions intermédiaires et issus de famille de chef d'entreprise, commerçant ou agriculteur. Et tous les enfants d'ouvriers et employés ont un niveau bac ou équivalent et/ou en dessous, ce qui correspond à la moyenne nationale pour cette catégorie.

	Catégorie socio professionnelle du père					
	Cadres et professions supérieures intellectuelles Professions intermédiaires		Ouvriers Employés		Agriculteurs Artisans Chefs d'entreprise	
	Enquêté·e·s	Moyenne nationale	Enquêté·e·s	Moyenne nationale	Enquêté·e·s	Moyenne nationale
Aucune qualification scolaire	/	5,4%	/	17,9%	4,5%	NR
CAP BEP	/	10,3%	9%	28,6%	/	NR
Baccalauréat ou équivalent	13,6%	23%	18%	18,9%	18%	NR
Bac +2	/	23,2%	/	16%	9%	NR
Supérieur à Bac +2	9%	50%	/	14,6%	18%	NR

Tableau n° 16 : Niveau scolaire des enquêté·e·s selon la catégorie socioprofessionnelle du père

Ces aspects peuvent en partie expliquer la relation que les enquêté·e·s entretiennent avec les savoirs scolaires selon leur origine sociale. Cet aspect renseigne également sur la construction des compétences et les tensions qui peuvent exister entre formation spécifique et formation sur le tas (Garcia, 2011), et sur l'éthos professionnel⁶⁸ de ces professionnel·le·s. Serge, lui fait un lien direct entre son origine sociale et son niveau d'étude, « *il fallait pour faire un CREPS ou un UREPS, il fallait un bac C, ou scientifique, je n'en ai pas du tout le niveau et honnêtement je vous le dis tout net, je m'en tapais. (...) Moi je suis issu d'un milieu ouvrier et paysan et (...) on n'a pas fait de hautes études, je veux dire, on n'est pas des intellectuels* », (Serge, co-gérant polyvalent de Gym Land). Ce cas particulier illustre le sentiment d'appartenance sociale, l'intériorisation forte d'un habitus de classe qui se traduit par des dispositions à l'investissement

⁶⁸ Ce point est discuté plus après au chapitre 5.

au travail, à l'engagement « corps et âme » (Wacquant, 2000) dans sa carrière. Le rejet de toute forme d'intellectualisme qu'il associe aux classes supérieures s'oppose à l'ethos qui le caractérise, au labeur et à l'ascèse dont il a fait preuve dans son style de vie.

Par conséquent, les propriétés sociales des enquêté·e·s semblent participer aux trajectoires scolaires. Pour préciser ces relations, la prise en compte de la filière scolaire s'avère tout aussi intéressante. Ce premier tableau dresse le portrait scolaire des enquêté·e·s en fonction de leurs propriétés sociales.

Enquêtés	Origine sociale	Formation	Qualification atteinte
Serge	Classe populaire	STG	Bac
Nicolas	Classe populaire	NR STAPS	Bac Deug 1 (non abouti)
Baptiste	Classe populaire	Menuiserie	BEP/CAP
Benoît	Classe moyenne Pôle économique	Scientifique	Équivalent bac
Florent	Classe populaire	STI STAPS	Bac Deug 1(non abouti)
Pierre	Classe populaire	Monteur/fraiseur	BEP/CAP
Alain	Classe moyenne Pôle économique	Gestion d'entreprise Et Banque Finance	Bac +4 (2 maîtrises)
Jérémy	Classe moyenne Pôle économique	Frigoriste Commerce	CAP Bac Professionnel
Jérôme	Classe moyenne Pôle culturel	Économique et social	Équivalent bac
Bertrand	Classe moyenne Pôle économique	Économique et social STAPS	Bac Bac + 3 Licence
Marc	Classe moyenne Pôle économique	STG STAPS	Bac Deug 1 (non abouti)
Maurice	NR	STT	Bac
Alban	Classe supérieure Pôle médian	Génie Mécanique et Génie Civil STAPS	Bac (2) Bac + 3 Licence
Michel	Classe moyenne Pôle économique	/	Aucune qualification

Guillaume	Classe moyenne Pôle économique	Vente action marchande Commerce-Sociologie anthropologie	CAP/BEP Bac professionnel Deug 1 (non abouti)
-----------	-----------------------------------	--	---

Tableau n°17 : Propriétés sociales des enquêtés⁶⁹ et trajectoire scolaire

A la lecture du tableau se dresse le constat suivant, des différences de trajectoires scolaires apparaissent en fonction de l'origine sociale, certains poursuivent dans l'enseignement supérieur d'autres non. Les parcours s'inscrivent dans les tendances organisant la massification de l'accès à l'université.

Enquêtées	Origine sociale	Formation	Qualification atteinte
Nicole	NR	Gestion comptabilité	Bac
Delphine	Classe populaire	Action commerciale	Bac+2
Laurence	Classe moyenne Pôle économique	Secrétariat de direction	Bac +2
Laura	Classe moyenne Pôle économique	Scientifique STAPS	Bac Bac +3
Sandrine	Classe populaire	Gestion Administration	Équivalent bac
Martine	Classe moyenne Pôle médian	NR	Bac
Sophie	NR	STG STAPS	Bac Bac+2 DEUST
Véronique	Classe supérieure Pôle médian	STAPS	Bac +4 Maîtrise
Sabine	Classe moyenne ⁷⁰ Pôle économique	Tourisme et marketing	Bac +5
Marion	Classe supérieure Pôle culturel ⁷¹	NR	Bac

Tableau n°18 : Propriétés sociales des enquêtées⁷² et trajectoire scolaire

⁶⁹ Au total il y a 25 enquêté-e-s (+ 1 compagne d'un professionnel) mais ici c'est 22 enquêté-e-s, les origines sociales des 3 restant-e-s sont non renseignées (NR).

⁷⁰ Sans d'autres précisions sur la taille de l'entreprise, nous avons opté pour une petite entreprise, dans un autre cas, il s'agirait de la classe supérieure.

⁷¹ Il s'agit d'un travail dans l'animation, plutôt du côté du pôle culturel des classes moyennes.

Sur les 13 enquêtés (25 au total) poursuivant des études après le baccalauréat dans l'enseignement supérieur (6 femmes et 7 hommes), seul·e·s 10 valident un niveau de qualification, les 3 restants abandonnent en première année de STAPS. Au niveau national, les femmes sont globalement plus diplômées : 35% des hommes parmi les sortant·e·s de formation initiale sont diplômés du supérieur en 2009, contre 48% des femmes (Buscatto, 2014). A la fin des années 80, les filles choisissent davantage la série scientifique mais ne représentent que 31% des inscrites en STAPS par exemple. Les enquêté·e·s à avoir poursuivi·e·s leur cycle universitaire dans cette filière sont 8 (5 hommes et 3 femmes), toutes ont obtenu un niveau de qualification alors qu'ils sont moins de la moitié des hommes (2 sur 5) dans ce cas.

Bertrand (Bac ES, issu d'une famille de commerçants) et Alban (famille du pôle culturel de la classe moyenne) se trouvent en réussite et valident leur Master 1, ils s'insèrent ensuite rapidement dans le milieu professionnel. Alors que pour les autres enquêtés, l'université était « (...) *trop théorique, rester assis pendant des heures et prendre des notes, ce n'est pas mon truc. Moi j'ai besoin d'action, j'ai besoin de bouger* » dit Baptiste.

Pour Marc, Florent et Nicolas, passés par la filière technologique, la poursuite des études dans le supérieur est difficile. La place prédominante faite aux disciplines scientifiques par rapport à celle faite aux activités physiques sportives et artistiques ne correspond pas à leurs attentes. Ils évoquent le « *besoin de bouger* », la nécessité de « l'alternance », qui masquent finalement les difficultés rencontrées. L'orientation vers la filière STAPS constitue une manière d'accéder à l'université sans avoir développé des méthodes de travail personnel, ni un goût pour le travail intellectuel, éléments indispensables de la réussite universitaire (Mennesson, 2007a). Elle constitue un processus de réhabilitation scolaire par rapport au caractère plutôt dévalorisant du parcours scolaire vécu précédemment. Cette faible appétence pour les savoirs et la discipline scolaire caractérise ces enquêtés aux origines sociales modestes. La surreprésentation des étudiants issus des classes sociales supérieures, notamment dans les filières scientifiques, montre que les différenciations sociales persistent. Pour Claude Grignon et Louis Gruel (1999), les étudiants de STAPS sont peu préparés aux exigences des études universitaires et dotés de dispositions scolaires plutôt faibles, ils constituent une partie importante de décrocheurs de première année. On retrouve ici, le profil scolaire des enquêtés d'origine populaire, qui n'ont pas construit de dispositions scolaires adéquates aux études universitaires.

Pour les femmes, de manière générale la réussite en STAPS est plus élevée, leur part croît au fur et à mesure de l'avancée dans le cursus (Mennesson, 2007, p.186), et ce d'autant qu'elles sont issues de familles dont les pères ont des professions intermédiaires. C'est le cas de

Véronique (père pharmacien) et de Laura (Père antiquaire), les deux enquêtées qui ont suivi un cursus universitaire en STAPS⁷³.

Pour Sabine (père cadre) et Laurence (père commerçant) la réussite universitaire caractérise l'importance associée par ces familles à la performance scolaire et des dispositions plus favorables dans des filières catégorisées comme « féminines » (secrétariat de direction et tourisme).

Ainsi les propriétés sociales ne sont pas sans effet sur les trajectoires scolaires des enquêtés surtout pour les enfants d'origine modeste. Certaines familles investissent la réussite scolaire pour lutter contre la reproduction sociale alors que d'autres s'appuient sur des dispositions transférables au milieu du travail telles que le dépassement de soi, le goût de l'effort et de la compétition. Ainsi, les pratiques sociales (culturelles, sportives) au sein de la structure familiale sont tout aussi importantes à considérer pour comprendre la place du sport chez les enquêtés et la force de cette socialisation sportive.

3-2 Le sport au cœur du style de vie

L'objectif ici est de rendre compte du processus de constitution du goût pour le sport, point de départ de l'entrée dans la carrière, comme mode d'engagement dans le métier. La pratique sportive réalisée lors de la socialisation primaire est au cœur d'enjeux éducatifs propres aux familles et communs à certaines fractions de classe (Mennesson et al., 2019). Pour les enquêtés, la pratique sportive est investie de manière assez précoce (6-7 ans en moyenne) et intensive au sein de la famille. Le rôle d'un des membres de la famille dans cette socialisation sportive constitue une caractéristique remarquable, centrale dans la construction d'un habitus sportif pour nos enquêtés. Les parents des enquêtés n'ont pas bénéficié d'une socialisation sportive aussi importante que leurs enfants, en raison d'un effet de génération, l'accès à la pratique sportive étant moins développé au moment de leur enfance. Cependant quelques exceptions montrent un passé sportif pour certains parents.

⁷³ Pour Sophie qui a obtenu un DEUST STAPS, l'origine sociale des parents est non renseignée ce qui ne permet pas de la positionner dans ce cas.

3-2-1 Des dispositions favorables à l'entrée dans la carrière

Processus commun aux hommes et aux femmes de l'enquête, la pratique sportive intensive et précoce est caractéristique des familles du pôle économique de la classe moyenne. Alors que pour les familles du pôle culturel de cette même classe, l'objectif des parents consiste à laisser aux enfants davantage de temps libre pour les loisirs culturels et à favoriser l'expression de soi. Les familles des enquêté·e·s investissent la socialisation sportive d'enjeux éducatifs différents. Les valeurs du sport, de ce point de vue, favorisent l'acquisition de dispositions transférables et mobilisables dans la vie professionnelle, telles que le dépassement de soi, le goût de l'effort, la valeur du travail (Mennesson et al., 2016, 2019). En revanche, les enquêté·e·s n'ont pas été inscrits dans des pratiques culturelles. La musique ou le chant, les arts plastiques, ou le théâtre ne font pas partie des loisirs pratiqués par les enquêté·e·s lors de leur enfance et adolescence, à l'exception de Laurence, elle est la seule à avoir fait du piano. De manière plus fine, il convient de regarder le type d'activités sportives et leur cadre de réalisation pour mesurer l'importance de cette socialisation sportive.

3-2-1-1 Pratiques sportives, conformité sexuée et conformité sociale ?

Un premier tableau dresse le « portrait » sportif de nos enquêté·e·s. Le sport participe à une socialisation spécifique qui se réalise dans un cadre particulier : au sein de la famille, dans des structures associatives et/ou des structures privées (école de danse par exemple). Les enjeux d'une pratique souvent réalisée entre pairs renforcent également le positionnement des pratiquant·e·s dans leur catégorie de sexe et favorise l'intériorisation d'un certain nombre de codes, de normes, d'appartenance à une catégorie sexuée. De manière assez classique, les enquêtées ont pratiqué des activités catégorisées comme « féminines » dans des clubs sportifs à proximité de leur lieu de vie. Elles pratiquent un nombre plus restreint de pratique sportive que les hommes, ce qui est conforme aux tendances générales observées qui organisent également la sphère professionnelle (Davoine & Louveau, 1999). En effet, plus de la moitié des femmes sont actives dans 5 secteurs majoritairement (santé, services sociaux, commerce de détail, éducation, administration publique et service aux entreprises) et dans 4 grandes catégories de métiers : employée ou secrétaire, vendeuse ou serveuse, infirmière et enseignante (Bühr & Pfefferkorn, 2000 ; Maruani, 2000).

Enquêtées	Sports pratiqués	Origine sociale
Nicole	Gymnastique sportive (en compétition)	NR
Delphine	Danse (semi-pro)	Classe populaire
Laurence	Basket Natation Planche à voile Ski	Classe moyenne Pôle économique
Laura	Volley ball (Nationale 3) Danse Fitness (entretien)	Classe moyenne Pôle économique
Sandrine	Gymnastique sportive (niveau national)	Classe populaire
Martine	Danse professionnelle	Classe moyenne Pôle médian
Sophie	Judo Natation Gymnastique sportive (en compétition)	NR
Véronique	Natation (en compétition) GRS (en compétition) Danse Ski	Classe supérieure Pôle médian
Sabine	Danse	Classe moyenne Pôle économique
Marion	Gymnastique sportive (horaires aménagés)	Classe supérieure Pôle culturel

Tableau n°19. Socialisation sportive des enquêtées et origine sociale

Les enquêtées ont toutes débutées précocement (sauf Céline). Elles ont également toutes été inscrites dans des activités de gymnastique ou de danse, et seulement 2 d'entre elles ont pratiqué des sports collectifs (basketball et volleyball). Engagées dans une socialisation sportive de manière régulière, précoce et intense, elles sont des compétitrices (sauf Céline) et la moitié d'entre elles ont eu un niveau régional voire national. Par conséquent, les dispositions sportives acquises durant l'enfance sont *fortes* (Lahire, 1999) et s'inscrivent dans un contexte favorable.

Les mêmes caractéristiques s'observent chez les hommes, une pratique compétitive, précoce mais plus variée dans des sports dits « masculins ». Cette socialisation sportive renvoie à l'offre sportive du département des Landes (Augustin, 1989), lieu de vie d'une grande part des enquêtés. En effet, le rugby, la course landaise, le basket et la gymnastique sportive sont très ancrés dans le patrimoine local et culturel des territoires et participent, avec un recrutement de proximité, au processus d'identification communautaire (Augustin, 2002). Selon les lieux

de vie, les activités sportives sont plus ou moins exclusives et ne laissent que peu de choix aux familles, « (...) *c'est simple, on fait soit de la gym soit du rugby donc j'ai fait du rugby et la course (landaise)* » (Baptiste).

Enquêtés	Sports pratiqués	Origine sociale
Serge	Athlétisme Arts martiaux (compétitions) Haltérophilie	Classe populaire
Nicolas	Basket Rugby + musculation	Classe populaire
Baptiste	Rugby Course Landaise (haut niveau)	Classe populaire
Benoît	Judo (compétition) Natation Loisir : ski, surf, Vtt, golf	Classe moyenne Pôle économique
Florent	Football (arbitre haut niveau) Basket Boxe	Classe populaire
Pierre	Pelote Rugby (compétition)/ Hand Judo Force Athlétique (compétition)	Classe populaire
Alain	Judo Squash	Classe moyenne Pôle économique
Jérémy	Judo Natation Football Sports de combat (karaté, etc)	Classe moyenne Pôle économique
Jérôme	Judo Rugby (niveau professionnel)	Classe moyenne Pôle culturel
Bertrand	Football / Handball Rugby Judo Natation	Classe moyenne Pôle économique
Marc	Football/ Handball Rugby Judo Natation	Classe moyenne Pôle économique
Maurice	Rugby	NR
Alban	Ski, snowboard (compétitions) Vtt+ cyclisme (compétitions)	Classe supérieure Pôle médian
Michel	Football	Classe moyenne Pôle économique
Guillaume	Football Tennis Arts Martiaux	Classe moyenne Pôle économique

Tableau n°20. Socialisation sportive des enquêtés et origine sociale

11 enquêtés sur 15 ont pratiqué des sports collectifs (football, rugby et basketball), 9 sur 15 des arts martiaux (judo principalement) et 2 sur 15 des activités de force (force athlétique, haltérophilie) dans leur enfance. Certains se caractérisent par un profil de pratiques sportives exclusivement individuelles, d'autres exclusivement collectives ou d'autres cumulent ces deux

registres. Par ailleurs 7 sur 15 ont un niveau de pratique compétitive significatif (régional voir national) et évoquent une carrière sportive professionnelle avortée, comme les instructeurs Les Mills® étudiés par Charissou (2019).

Les activités physiques et sportives des enquêté·e·s ne se différencient pas ou peu en fonction de leur origine sociale. Néanmoins, certaines activités ne se retrouvent jamais chez les enquêté·e·s : le tennis, le golf par exemple, typiques des classes supérieures du pôle économique, ce qui témoignent quand même d'une position relativement moyenne dans l'espace social, ce que montre Jean Paul Clément par exemple à propos du judo, une activité caractéristique d'une pratique de classe moyenne (J.-P. Clément, 2001). De ce point de vue, Laurence et Véronique se distinguent des autres enquêté·e·s par la pratique du ski. Distinctive, cette activité sportive engage des techniques du corps spécifiques qui doivent être accompagnées par les familles (Mennesson et al., 2019). Finalement, plus qu'une relation entre certaines activités sportives et une catégorie sociale, les différences sociales les plus significatives s'observent dans les modalités de pratique et les finalités associées. Comme le souligne Pierre Bourdieu, « le fait que les mêmes pratiques [sportives] aient pu, à des moments différents, fût-ce au prix d'un changement de sens et de fonction, attirer des publics aristocratiques ou populaires, ou, au même moment, revêtir des sens et des formes différents pour les différents publics qu'elles attirent, suffit à mettre en garde contre la tentation de trouver dans la "nature" même des sports l'explication complète de leur distribution entre les classes » (Bourdieu, 1979, p. 240). Le goût pour la compétition, le dépassement de soi, la valorisation de l'effort, du travail, correspondent bien à l'ethos des familles d'indépendant·e·s (10 sur 25) de l'enquête. Les caractéristiques sociales des familles du pôle économique de la classe moyenne se retrouvent dans les pratiques éducatives parentales et la construction d'un « corps de classe » (Mennesson et al., 2019). Cette perspective rejoint l'idée des usages sociaux du corps défendue par Luc Boltanski (Boltanski, 1971) et dont Bourdieu faisait déjà état en distinguant une valorisation de la fonction dans les classes populaires, contrairement à la prédilection pour la forme des milieux plus favorisés.

3-2-1-2 L'acquisition de dispositions « masculines » et « féminines »

Avec la mise en jeu des corps, le monde sportif est un analyseur particulièrement intéressant pour repérer les processus d'identification sexuée. Croiser l'origine sociale, la pratique sportive, la constitution de l'habitus met en évidence la question du corps dans la

problématique des rapports sociaux de sexe et de classe. Ainsi « l'hexis corporelle » « disposition permanente, manière durable de se tenir, de parler, de marcher, et, par là de sentir et de penser » permet de différencier efficacement les hommes des femmes (Bourdieu, 1980, p. 117). Elle se retrouve au cœur du processus de construction des dispositions dans les différents contextes sociaux. La prime enfance et la socialisation secondaire jouent un rôle majeur dans « l'apprentissage par corps » (Faure, 2000) qui s'élabore au sein de la structure familiale mais également dans les expériences pédagogiques scolaires et sociales. La pratique sportive participe à la construction d'une hexis corporelle sexuée. Deux points importants caractérisent les enquêtées. Le premier est que l'hexis corporelle est constitutive d'un habitus qui oriente le choix des pratiques. Le second est qu'elle participe à l'intériorisation des rôles sexués et reflète les logiques sociales structurant les rapports au corps et au monde (Mennesson et al., 2016).

La pratique sportive intensive est un lieu d'homo-sociabilité important qui renforce la construction d'une hexis corporelle « féminine » pour les femmes (Mennesson et al., 2012) et « masculine » pour les hommes (Saouter, 2000) de l'enquête, supposant ainsi que sexe, activité sportive et genre se superposent. Le sport est classiquement l'apanage du masculin, l'engagement compétitif également. Pour autant, un nombre croissant de femmes s'engagent dans la pratique sportive intensive et compétitive, bravant ainsi une des caractéristiques de l'expression de la domination masculine. Souvent controversée, la pratique sportive intensive des femmes expose à un questionnement à propos de leur appartenance de sexe, d'autant plus fort qu'elles remettent en question la position des hommes et le droit « naturel » de ces derniers aux positions de pouvoir (Bourdieu, 1998). Aussi, la féminisation des sports s'est accompagnée d'une sexuation du travail sportif qui entretient un rapport d'homologie avec la sexuation du travail social et domestique et avec les rapports sociaux de sexe (Louveau, 2004). De ce point de vue le sport participe à la construction sociale du féminin et du masculin, les pratiques sportives sont alors un premier lieu d'expression des catégories de sexe.

L'acquisition des dispositions sexuées concorde avec les rapports au corps et les visions du monde des classes sociales d'origine. La pratique de la danse, de la gymnastique se retrouve comme premier choix dans les familles du pôle économique de la classe moyenne (Mennesson et al., 2019). Les enquêtées engagées dans des pratiques dites « féminines » vivent une socialisation sportive compétitive mais se sont façonnées un corps conforme aux normes sexuées dominantes. Majoritairement pratiquée, la danse caractéristique de « l'éternel féminin » (Louveau, 2007b) et la gymnastique valorisent une hyperféminité (« *emphasized*

feminity », Connell, 1987). L'hexis corporelle se constitue autour d'un idéal de grâce, de souplesse, d'agilité et de « classe » particulièrement marquée en Gymnastique Rythmique et Sportive (Mennesson et al., 2012). Ce façonnage du corps par la pratique sportive implique l'apprentissage d'un certain nombre de parades sexuées (Goffman, 1977). Deux enquêtées se distinguent plus particulièrement par la pratique majoritaire de sports collectifs. Le basket pour Laurence et le volley pour Laura, dont la socialisation sportive se réalise avec son père ce qui peut constituer un élément explicatif, même si la position sociale des familles ne suffit pas elle seule à expliquer le choix des pratiques corporelles et éducatives (Mennesson et al., 2016).

Les garçons des familles du pôle économique des classes moyennes s'investissent majoritairement dans un sport collectif ou un sport de combat. Ainsi, la différenciation sexuée des activités physique et sportive caractérise cette fraction de classe.

Le rôle du corps, son apparence, sa morphologie situe les enfants dans la hiérarchie sociale (Court et al., 2014). Le façonnage du corps constitue un élément des stratégies éducatives familiales et participe à l'incorporation de dispositions spécifiques, à l'intériorisation d'un ethos socialement *situé* (Mennesson et al., 2016). Dans le cas de Serge, le travail de façonnage du corps au travers de l'expérience de la force physique dès le plus jeune âge, « *et je me souviens mes copains de l'époque se demandaient pourquoi j'avais des biceps comme ça à l'âge que j'avais parce que j'étais toujours à trainer autour de mon père, dans ses pattes pendant qu'il faisait ses barres* » (Serge, co-gérant polyvalent de Gym Land). Cette représentation mécaniste du corps est caractéristique des classes populaires (Boltanski, 1971). Très saillant dans l'inculcation d'une division sexuée du travail sportif, l'apprentissage de techniques du corps (Mauss, 2012) classiquement associé au féminin ou au masculin, est ici homogène. Les hommes se forment à combattre, exercent leur courage dans l'affrontement et leur puissance alors que les femmes apprennent la grâce, la souplesse, le maintien corporel et le goût pour des tenues typiquement féminines (Mennesson et al., 2019).

D'autre part, l'acquisition de dispositions sexuées participe à l'intériorisation des rôles sexués et la division sexuée du travail est très liée aux dispositions en la matière (Kaufmann, 1992). Ainsi, les enquêté·e·s construisent leur rôle d'homme et de femme au sein de leurs pratiques sportives, conformes à leur catégorie de sexe, et au sein de la structure familiale. La socialisation sportive initiée par les pères donne une information sur la division sexuée du travail domestique et parental au sein des couples de parents. En effet, traditionnellement, la mère reste au sein du foyer et le père développe le goût pour l'action en participant à l'acquisition de dispositions sportives. De plus, l'origine sociale des enquêté·e·s favorise

l'inculcation de rôles sexués traditionnels. Si les classes moyennes et supérieures du pôle culturel organisent la division sexuée du travail domestique et parental de manière équilibrée entre les membres du couple, cela est moins le cas dans les familles issues du pôle économique des classes moyennes et supérieures (Mennesson, 2011). Certains travaux montrent en effet la relation entre la dotation en capital culturel et la remise en cause du partage des tâches au sein de la sphère privée (Kellerhals et al., 1982; Boni-Le Goff, 2013; Fraysse, 2013). Cette relation serait favorable aux femmes ayant un capital culturel plus élevé et donc plus à même d'équilibrer cette division sexuée du travail domestique et parental. Dans les familles des enquêté·e·s les rôles sociaux ne semblent pas être remis en cause, ce qui renvoie à l'idée de « biologisation du social » (Guillaumin, 1992). Le cas de Delphine, tout comme Sandrine, est intéressant pour illustrer ce processus, même s'ils restent à la marge⁷⁴, « *je suis l'aînée d'un frère et d'une sœur, voilà, mes parents étaient agriculteurs, ils avaient beaucoup de travail, je n'ai qu'un an d'écart avec ma sœur, donc je me suis beaucoup occupée de ma sœur et de mon frère, j'ai toujours passé beaucoup de temps pour eux et jamais trop pour moi (rires)* », Delphine, gérante polyvalente d'Oxygène). Cet extrait d'entretien illustre le processus de naturalisation à l'œuvre dans l'intériorisation des rôles sexués, le maternage et le travail d'éducation sont construits comme le rôle des femmes du fait de leur « nature » (Héritier, 2009). L'aînée de la famille endosse ici le rôle de « deuxième maman » visant à seconder les parents (agriculteurs) qui ont « beaucoup de travail » dans le cas de Delphine. La position et le rôle au sein de la famille contribuent à renforcer les dispositions sexuées conforme à ce qui est socialement attendu de sa catégorie de sexe.

3-1-2 La construction d'un habitus sportif

La socialisation sportive durant l'enfance se situe donc au cœur de leur style de vie et génère des dispositions fortes et un rapport au monde spécifique, typique de la position sociale des familles pour les enquêté·e·s. L'acquisition de cet habitus sportif s'observe sous deux formes de socialisation sportive, soit elle s'inscrit dans le cadre d'une forte homo-sociabilité au sein d'une structure sportive (associative, club sportif ; privé, école de danse), soit elle est réalisée avec l'un des membres de la famille, une figure masculine (père, oncle, grand-père).

⁷⁴ Tou·te·s les enquêté·e·s n'ont pas donné d'informations relatives à la division sexuée du travail au sein de leur famille, aussi il n'est pas possible d'aller beaucoup plus loin dans l'analyse. Il·elle·s sont 5 sur 25 à faire état du statut de leur « *mère au foyer, s'occupant des enfants* ».

La prédominance du club et du groupe de pairs est plus présente chez les femmes (6 sur 10), engagées dans la gymnastique ou la danse, que chez les hommes (4 sur 15). Elles assimilent leur club à une deuxième famille signifiant par-là la force des liens entretenus en son sein (Mennesson et al., 2012), « *moi la gym, enfin on était tout le temps ensemble, c'était vraiment une équipe. C'était ma deuxième maison, c'était ma deuxième famille* », (Marion, salariée). Cette perspective de la « deuxième famille » revient de manière importante chez les enquêtés, qui finalement passent davantage de temps au club qu'au sein de la famille, « *parce que le weekend, en fait j'étais interne à Lacq, et le weekend quand je rentrais, enfin le vendredi soir, je filais à la danse, le samedi toute la journée j'étais à la danse et voilà le samedi soir on faisait souvent des représentations avec la troupe parce qu'à l'époque quand même on avait vachement de contacts* », (Delphine, gérante polyvalente, Oxygène).

La pratique sportive encadrée est ainsi porteuse de normes de comportements spécifiques intériorisés par les enquêtés, et qui seront mobilisables dans la vie professionnelle.

« Après, comme ça avait été ma vie, mon prof de judo était plus important que mon père parce qu'effectivement on m'a appris le respect, l'humilité, plein de trucs qui m'ont servi et qui ont été importants pour moi derrière. Ça je n'ai pas eu besoin de le retrouver parce que je l'avais du coup dans mes racines, tu vois. Le judo m'avait élevé (...) Je n'ai jamais eu la satisfaction de la réussite immédiate et ça, ça a marché dans les études, dans tout. Pendant que les autres faisaient la fête, moi je pensais à la suite juste parce que je suis un challenger. Je ne me gargarise pas de la réussite mais j'aime bien l'énergie que tu mets pour avancer. »

Alain, gérant de Go fitness

Presque plus importante que la figure familiale, l'entraîneur sportif fait office, pour Alain, d'un « mentor ».

La deuxième forme de socialisation sportive prend, à contrario, naissance au cœur de la structure familiale avec la figure masculine du père, de l'oncle, du grand-père. Ils sont 10 sur 15 dans ce cas, 7 hommes et 3 femmes, à bénéficier d'un intérêt parental soutenu pour le partage d'activités sportives, « *depuis toujours (rires). Je faisais du footing avec mon père tous les dimanches matin, footing et lui avait deux-trois appareils de musculation, donc on faisait de la muscu, des abdos, donc déjà oui d'entrée* », (Laura, co-gérante polyvalente de Vita

Forme). Cette forme de socialisation, particulièrement efficace est souvent en relation avec le passé sportif du parent en question (Mennesson et al., 2019). Par exemple, une figure familiale, ici masculine, suscite l'admiration. Pierre évoque un de ses grands-pères, athlète qui a participé aux Jeux Olympiques d'Amsterdam, « *mon grand-père. J'ai un grand-père qui a fait les Jeux Olympiques à Amsterdam en 1928, que je n'ai pas connu malheureusement mais sa spécialité c'était l'athlétisme et le saut en longueur, il était champion de France de saut en longueur, j'ai ses médailles, j'ai ses photos olympiques, c'était le père de ma mère. Mais malheureusement je ne l'ai pas connu* », (Pierre, co-gérant polyvalent de Top forme). Les enquêté·e·s suivent un membre de leur famille, témoignant dans ce cas d'une socialisation sportive au sein de la famille se fait par entraînement direct (Lahire, 2001a). L'exemple de Baptiste illustre ce point de vue, il « suit » le modèle familial de son père, de son parrain et s'engage dans la course landaise⁷⁵, activité culturelle locale par excellence., « *(la course landaise) mon père faisait. Mon père faisait, mon parrain faisait, mon parrain était un grand champion, pareil aussi et donc j'ai suivi. (...) Oui, c'est ça. 27 ans, 1999-2009. J'étais super content, c'était vraiment mon truc à bloc, j'ai fait 3 championnats de France, j'étais à bloc dedans* », (Baptiste, co-gérant polyvalent de Vita forme).

De la même façon, Serge partage avec son père bien plus que la pratique sportive. Non seulement, les dispositions sportives se construisent chez lui par entraînement direct, mais prennent également la forme d'une inculcation (implicite ou explicite) idéologique-symbolique de valeurs, normes, modèles (Lahire, 2001) en relation avec la culture du corps.

« Donc voilà, alors à la maison, depuis tout gosse, j'ai toujours vu une pièce transformée en salle de gym (...) il était abonné à la revue « Toute la culture physique » à l'époque, et je regardais ça étant gosse et on avait quelques jeunes dans le village qui faisaient de la force athlétique (...) Et mon père faisait la tournée et les emmenait aux compets de temps en temps et il m'emmenait avec lui et j'étais sur les genoux de ces gars, j'avais 6 ou 7 ans ou 8 ans avec eux déjà donc ça a commencé comme ça. »

Serge, co-gérant polyvalent de Gym Land

⁷⁵ La course landaise est une pratique sportive fédérale typique du sud-ouest, les compétitions ont lieu dans une arène, elle comprend deux activités : l'écart et le saut. La course landaise consiste à provoquer la vache et à l'esquiver adroitement. L'objectif des écarteurs est d'attendre d'être au plus près pour frôler la vache, alors que les sauteurs réalisent des acrobaties par-dessus la vache. Typiquement la course landaise est masculine prônant ainsi le courage et valorise la prise de risque.

De manière générale, les mères sont exclues de cette socialisation sportive, soit parce qu'elles présentent peu d'appétence pour les pratiques sportives et n'ont pas un vécu sportif, une grande expérience dans ce domaine. Soit, parce qu'elles sont cantonnées au rôle de mère au foyer (5 sur 25), « *s'occupant des enfants* », et dans ce cas elles sont représentatives de familles où les rapports sociaux de sexe sont inégaux. De ce point de vue, la division sexuée du travail et des rôles sociaux s'avère particulièrement asymétrique et doit être replacée dans le contexte social et culturel de la génération des parents des enquêté·e·s⁷⁶.

La socialisation sportive typique du pôle économique des classes moyennes s'observe aussi pour les familles d'enquêté·e·s des classes populaires. Au cœur de la prime enfance et de l'adolescence, ces dispositions sportives vont structurer les aspirations professionnelles des enquêté·e·s. En effet, le capital sportif est mobilisé pour obtenir une reconnaissance scolaire qu'une grande majorité ne parvient pas à trouver dans leur investissement scolaire. Le sport s'inscrit alors comme l'opportunité professionnelle la plus adéquate avec le style de vie des enquêté·e·s dans un espace des possibles limité par leur faible appétence pour les savoirs scolaires.

3-1-3 Le sport comme aspiration professionnelle

Le choix d'orientation universitaire et scolaire ne se limite pas à des propriétés de classe sociale, il souligne également l'importance de la pratique sportive dans le style de vie des enquêtés dans le cadre de la socialisation familiale et sexuée : ils sont 8 sur 10 à choisir la filière universitaire STAPS.

La socialisation sportive apparaît tout aussi importante pour ceux dont le parcours scolaire s'oriente différemment. Pour la grande majorité des enquêté·e·s, le sport est évoqué comme une véritable « passion » au point de constituer un véritable style de vie. Les dispositions sportives, le goût de l'effort, le dépassement de soi constituent un véritable ethos marqué par l'action orientant les aspirations professionnelles d'une grande partie des enquêté·e·s (17 sur 25). Ceux·elles-là indiquent savoir qu'il·elle·s « *voulaient travailler dans le sport* » et ce depuis le plus jeune âge. Les autres (8 sur 25) ne font pas de la pratique sportive une possibilité professionnelle, soit parce qu'elle n'est pas leur premier choix d'orientation, soit parce que leur niveau scolaire ne correspond pas aux exigences de certification professionnelle envisagée.

⁷⁶ Cela concerne les enquêtés les plus âgés, en moyenne plus de 50 ans au moment de l'enquête (2013-2018).

Dans ce groupe de 17 enquêté·e·s, 8 voulaient être « *professeur d'Education Physique et Sportive* » (Laura, Benoît, Pierre, Véronique, Baptiste, Florent, Bertrand et Serge). 4 (Benoît, Pierre, Baptiste et Serge) n'ont pas le niveau scolaire requis pour aller à l'Université et optent pour la filière Jeunesse et Sport en passant un Brevet d'État. Les autres entament un cursus en STAPS, 3 valident un niveau de certification professionnelle (Laura, Véronique et Bertrand) équivalent à Bac+4/5. L'autre moitié de ce groupe (9 sur 15) souhaitait également « *travailler dans le sport* » mais sans s'orienter vers le métier de professeur d'EPS. Sophie, Alban, Nicolas, Marc et Florent optent pour la voie universitaire (STAPS), les 3 derniers abandonnent en première année. Alors que Marion, Sandrine, Nicole et Martine choisissent de convertir le capital sportif en profession avec l'obtention d'un Brevet d'État. Ainsi, le domaine sportif constitue un espace de reconnaissance pour ces dernières qui ne se sentent pas ou peu valorisées dans le système scolaire.

Dans le deuxième groupe (8 sur 25), la socialisation sportive, si elle constitue bien un point commun aux enquêté·e·s, n'a cependant pas la même force pour l'ensemble d'entre eux.elles. Pour 3 sur 10, elle s'avère plus faible et ne s'est pas traduite par une intériorisation si marquée comme pour Maurice, Sabine et Michel dont les dispositions sportives ne sont pas particulièrement marquantes. Les 5 restant.e.s (Laurence, Jérémy, Laurent, Alban et Jérôme), les dispositions sportives sont intéressantes mais ne constituent pas, du moins dans un premier temps, une aspiration professionnelle.

Cette orientation professionnelle, universitaire vers le monde du sport est également un élément de l'habitus sportif d'enquêté·e·s majoritairement originaires du pôle économique des classes moyennes et des classes populaires.

Les enquêté·e·s s'opposent ainsi à d'autres sportif·ive·s, les boxeuses (Menesson, 2004a) faisant un véritable travail de conversion de leur hexis corporelle « masculine » pour se conformer à ce qui est attendu d'une femme ou d'un homme dans la sphère privée et dans la sphère publique. Dans l'enquête, les différentes formes de socialisation agissent comme un processus de renforcement (Darmon, 2006) d'un habitus de genre, en accord avec la vision du monde et le rapport au corps caractéristiques des classes sociales d'appartenance (Court et al., 2014; Menesson et al., 2016, 2019). Par conséquent, les socialisations, primaire et sportive, participent à la constitution d'un habitus sportif et sexué favorable à l'engagement dans une carrière de travailleur·euse sportif·ve, qui exige dans le cas du fitness une forte division sexuée

du travail. Les enquêtées se situent ainsi dans une posture plus propice que les femmes engagées dans des sports masculins désirant s'insérer professionnellement dans le monde sportif (Mennesson, 2012) et de manière plus générale dans des métiers « masculins » (Mennesson, 2005b; Pruvost, 2007; Zolesio, 2012). Si le « passé incorporé » des enquêtées se révèle bénéfique à l'engagement dans une carrière de professionnel·le du fitness, il reste à objectiver leurs modes d'entrée dans le métier.

CHAPITRE 4. L'ENTRÉE DANS LE MÉTIER « PAR HASARD » OU VÉRITABLE CHOIX ?

L'entrée dans le métier est rendue possible par des conditions favorables à l'engagement dans une carrière de travailleur·euse·s sportif·ive·s, mais aussi parce que le capital sportif se révèle être le seul mobilisable dans l'espace des possibles pour une grande majorité des enquêté·e·s. A l'instar d'autres travaux (Schütz, 2006 ; Hochschild, 2017 ; Charissou, 2019) la valorisation du capital corporel participe à la constitution du capital spécifique au sous-champ. L'obtention d'un diplôme nécessaire au métier d'éducateur·rice sportif·ve est le préalable à l'entrée dans le métier. Les modes d'entrée dépendent alors des trajectoires individuelles qui présentent certains points communs aux enquêté·e·s. La rencontre avec le fitness renforce l'incorporation de dispositions sportives et sexuées, elle structure l'entrée dans cette carrière. Cette dernière se déroule de deux façons : soit une entrée précoce dans le métier facilitée par la fin des études, ou une rencontre amoureuse. Soit elle succède à une reconversion professionnelle dont les origines sont multiples (blessure, désillusion professionnelle, rencontre et opportunités).

L'analyse des modes d'engagement constitue un point éclairant des processus d'entrée et de maintien de l'engagement dans la carrière distinctifs pour des enquêté·e·s présentant les mêmes profils : habitus sportif, carrière sportive avortée, faible appétence pour les études, comme pour la population des professionnel·le·s de fitness engagé·e·s dans une carrière « Les Mills® » (Charissou, 2019). La carrière révèle des différences inter individuelles, intra individuelles pour s'y maintenir et des modes d'entrée dans le métier qui varient d'un groupe d'enquêté·e·s à un·e autre.

4-1 Des qualifications professionnelles variées, quelques précisions

Selon l'âge des enquêtés l'intitulé des diplômes est différent, et il peut être parfois difficile de s'y retrouver. Aussi, un bref rappel des formations diplômantes dans ce secteur du champ sportif est nécessaire. Les qualifications sont de niveau 3 et ont évolué dans le temps. Le tableau suivant précise les diplômes permettant d'enseigner et d'encadrer les disciplines du fitness et de la musculation contre rémunération.

Diplôme		Année	Prérogatives
Brevet d'Etat d'Aptitude à l'Enseignement de la Culture Physique et du Culturisme		1984	Educateur.rice sportif·ve Culture Physique et Culturisme
Brevet d'Etat d'Enseignement de la Gymnastique et des Disciplines Associées		NR	Educateur.rice sportif·ve Gymnastique et disciplines associées (aérobic, fitness)
Brevet d'Etat d'Educateur Sportif des Métiers De la Forme		1996	Educateur.rice sportif·ve
BEES HALtérophilie CUllturisme Muscultation Educative Sportive et d'Entretien (HACUMESE)		1996	Educateur.rice sportif·ve
DEUST Métiers De la Forme		1999	Technicien.e.s des activités de la remise en forme. Assistant.e d'exploitation
BPJEPS Activités Gymniques de la Forme et de la Force	Mention C « Forme en cours collectif »	2006	Animateur.rice sportif·ve, il.elle utilise les supports techniques liées aux activités de la forme en cours collectifs
	Mention D « Haltère-musculation et forme sur plateau »		Animateur.rice sportif·ve, il.elle utilise les supports techniques liées aux activités de la force sur plateau musculation
BPJEPS « Educateur sportif » AGFF	Option « Cours collectifs »	2016	Educateur.rice sportif·ve Encadre, initie et conduit des cycles d'apprentissage des activités de la forme en cours collectifs
	Option « Haltérophilie-musculation »		Educateur.rice sportif·ve Encadre, initie et conduit des cycles d'apprentissage en muscultation, en cardio-training et en haltérophilie, jusqu'au 1 ^{er} niveau de compétition fédéral

Tableau n°21. Qualifications professionnelles pour enseigner le fitness

Les changements consécutifs de diplômes et d'intitulés suivent l'évolution de la politique sportive en matière d'encadrement (animation et/ou entraînement) des pratiques sportives. Cette politique d'encadrement sportif prend en compte les changements successifs dans le sous-champ du fitness, de la gymnastique hygiéniste et de la culture physique jusqu'aux diverses options « cours collectifs » et « haltérophilie-musculation ». Selon l'âge des enquêté·e·s, les diplômes obtenus varient, le tableau suivant synthétise ceux-ci.

Diplômes	Enquêté·e·s	Âge
BEAECPC	Nicole Serge Benoît (en plus du BEESAN) Véronique (en plus du BEESAN)	45 et + de 50 ans
BEEGDA	Martine (DE Danse)	+ de 50 ans
HACUMESE	Pierre Laurence	50 ans + de 50 ans
BEES MDF	Guillaume Delphine Sandrine (en plus du BEES GS) Florent	37 ans 30-35 ans + de 50 ans 30-35 ans
BPJEPS Mentions C et D	Laura Baptiste (en plus du BPJEPS APT) Marion Alban Nicolas Jérémy (mention D) Jérôme Marc	- de 30 ans
DEUST STAPS	Sophie	- de 30 ans
Licence STAPS Entraînement Sportif	Bertrand (en plus du BEESAN)	- de 30 ans

Tableau n°22. Répartition des qualifications professionnelles selon les enquêté·e·s

Les qualifications professionnelles se répartissent entre les enquêté·e·s se répartissent en fonction de leur âge et non pas de leur sexe, 10 sur 25 ont moins de 30 ans et 11 sur 25 ont entre 30 et plus de 50 ans. L'arrêté du 10/05/2005 concernant quelques modifications des conditions préalables à l'entrée en formation, précise qu'en 1994, 69,4% des reçus au BEES MDF sont des femmes. En 2003 les diplômés hommes et femmes sont aussi nombreux et en 2005, les femmes sont à nouveau majoritaires (56,6% de reçues). Suivant l'évolution des pratiques, les référentiels de compétences et de certifications des diplômes se distinguent puis finissent par s'harmoniser (2019). Elle aboutit pour le fitness à un diplôme professionnel unique avec une spécialité et deux options (BPJEPS, spécialité AGFF, options « Cours collectifs » ou « Haltérophilie-Musculation »).

L'entrée dans le métier est caractérisée par des modes d'entrée différenciés propres à cette étape de la carrière.

4-2 L'entrée dans la carrière fitness

L'analyse de cette étape met en évidence 4 éléments importants et caractéristiques. La rencontre avec le monde du fitness, le passage en formation, et les modes d'entrées différenciés précoces ou après une reconversion, renseignent sur la façon dont se construit cette entrée. Les conditions d'engagement étant favorables, il est nécessaire de rendre intelligible ce qui rend concrètement possible la continuation, les différentes formes de consolidation (Ekins Richard, 1997) de cet engagement dans un milieu à priori inconnu, du moins au départ par un très grand nombre d'enquêté.e.s. Comment ont-il.elle.s finalement accédé à cet univers spécifique spécifique, s'y sont-il.elle.s engagé.e.s, jusqu'à ne plus le quitter et en faire leur métier⁷⁷ qui se révèle particulièrement coûteux⁷⁸ ?

4-2-1 La rencontre avec le fitness

La rencontre avec le fitness est un élément qui oriente l'entrée en formation, et se réalise de manière diversifiée. Cette rencontre est tardive, et ne s'effectue pas lors de la socialisation primaire, sauf pour 3 cas particuliers Laura, Jean Alban et Serge qui découvrent le fitness avec leurs pères à l'adolescence en les suivant dans les salles de fitness, « *j'étais déjà adhérent à une salle de gym depuis 1975 à l'âge de 14 ans. Il y avait une salle à Telloc en Maine et Loire, il y en avait une* », (Serge, co-gérant polyvalent de Gym Land). Le fitness, en tant que pratique de loisir, ne fait pas partie des activités sportives pratiquées au cours de l'enfance. Il correspond plutôt une pratique d'adultes à visée esthétique, de mise en forme, de santé et/ou de complément. La convergence entre des dispositions sportives et la perspective d'une amélioration esthétique de son capital corporel permet de comprendre l'intérêt pour cette pratique et la perspective de s'insérer professionnellement dans le secteur. La pratique de la musculation vient également en complément, comme un élément d'optimisation de la performance des activités sportives. Le gain au niveau du capital sportif devient intéressant et permet aussi d'envisager cette voie professionnelle.

Pour les enquêtées, l'entrée dans la pratique du fitness se fait majoritairement par le groupe de pair. En adéquation avec des dispositions sportives sexuées, les femmes pratiquantes de

⁷⁷ 4 enquêté.e.s (Céline, Sébastien, Eddy et Alain) ne sont pas diplômé.e.s dans le sous champ du fitness. Leur métier de gérant.e de salle est différent de gérant.e-polyvalent.e dans la mesure où il.elle.s ne sont pas éducateur.rice.s sportif.ive.s. Il.elle.s ne sont pas pris.es en compte dans l'analyse de cette étape de la carrière.

⁷⁸ Cette perspective est détaillée en partie 4.

gymnastique ou de danse trouvent dans le fitness des points communs avec leur pratique physique et sportive et/ou artistique, ce qui facilite leur orientation vers l'entrée en formation.

« Après voilà avec la gym, on a quand même des chorégraphies au sol, donc au niveau de la musique j'avais déjà le rythme, on faisait aussi avec des mouvements d'ensemble, donc tout ça le rythme et machin les blocs de musique, les temps, j'avais déjà tout ça quoi. »

Sophie, co-gérante polyvalente, Fit'Form

De plus, les compétences d'animation requises pour accéder à la formation font partie pour certaines enquêtées de leur vécu professionnel d'étudiante. Le goût pour l'animation est ainsi avéré pour les titulaires du BAFA (Marion et Laura).

Finalement, chaque enquêté.e trouve dans le fitness une possibilité d'orientation professionnelle en correspondance avec l'espace des possibles qui lui est offert. Le fitness rencontré « *par hasard* » devient alors une voie d'entrée dans les métiers du sport que les enquêtés jugent accessible au regard de leurs trajectoires scolaires et de leurs dispositions sportives. En adéquation avec leurs aspirations professionnelles, cette perspective se transforme concrètement comme une étape de carrière lors du passage en formation, puis lors de l'entrée dans le métier.

4-2-2 Le passage en formation prémices de la socialisation professionnelle

L'entrée en formation confirme un choix d'orientation professionnelle qui s'effectue de manière générale selon les goûts sportifs. Les dispositions sportives deviennent ainsi un véritable capital mobilisable tout au long de la formation. Le goût pour l'action, le dépassement de soi, la compétition, prennent du sens dans le projet professionnel des enquêtés (Julhe & Haschar-Noé, 2010).

« Alors en fait ça s'est fait bizarrement parce qu'en fait j'ai toujours été dans le sport et je voulais à la base être prof de gym mais gym vraiment, tu sais les agrès (...) Après, je me suis dit « qu'est-ce qui pourrait s'en rapprocher le plus ? » Prof d'EPS mais j'avais fait des stages dans les écoles primaires et collèges et je me suis dit « non ce n'est pas possible, ce n'est pas pour moi ». Et j'ai vu le fitness, il y a de

la chorégraphie, c'est encore un peu sportif...et puis du coup, c'est comme ça que je me suis lancée en formation. »

Marion, salariée

Le choix du diplôme s'effectue sur la base de ce qui « *existe à cette époque* » (Nicole) et des dispositions sportives des enquêté·e·s. Les femmes s'orientent principalement vers l'enseignement des cours collectifs et les hommes vers la préparation physique et la musculation. Cependant, pour certain·e·s c'est la prise en compte de la réalité du marché professionnel et de ses exigences d'employabilité qui orientent le choix de la formation, « *et puis pour monter un club à l'époque il valait mieux avoir l'HACUMESE parce que j'allais m'installer. Je n'aurais pas pu avoir une salle de musculation, être autonome* », (Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme). Cet extrait d'entretien souligne l'aspect réglementaire à cette époque (1988-1989), pour ouvrir une salle de fitness et encadrer les pratiquant·e·s, l'HACUMESE, le Brevet d'État spécialisant dans les musculations, est indispensable.

Pour Benoît (BEAECPC et BEEGDA⁷⁹), c'est l'employabilité qui prime, la polyvalence étant, de son point de vue nécessaire, « *en fait on se rend très vite compte que sur le marché du travail, oui, mais si on veut du travail on ne va pas nous prendre comme prof de musculation, on va nous prendre comme prof de fitness dans sa globalité* », (Benoît, co-gérant polyvalent de Chloro'Fil).

Lors du passage en formation (plus ou moins un an, selon les formations), les enquêté·e·s expriment leur satisfaction. Rapidement mis en action sur le terrain lors des stages pré-professionnalisant, il·elle·s expérimentent ce nouveau contexte professionnel et rencontrent véritablement cet univers. Majoritairement cette étape correspond à un renforcement de leurs dispositions sportives et sexuées. Mais pour certaines enquêtées, ce processus de renforcement est contrarié par les effets corporels de l'acquisition, nécessaire, de nouvelles dispositions et la mise en sommeil d'autres, « *parce qu'à la base, je suis gym donc tout ce qui est chorégraphie, choses comme ça, bon, moi c'est ça qui m'a attiré en fait, ce n'est pas du tout le côté musculation. J'ai appris à aimer mais à choisir entre les deux, c'est le fitness* », (Marion, salariée). Au même titre que les artistes de cirque (Salaméro & Haschar-Noé, 2008), les

⁷⁹ Benoît explique qu'il n'a pas obtenu la validation de son BEEGDA « *sur 12 garçons, 1 seul l'a eu* ». Cependant, il a été formé sur les pratiques de cours collectifs et chorégraphiés. Bien conscient de l'exigence du marché du travail, il continue à se former chez lui, et effectue un vrai « travail personnel » pour créer ses chorégraphies et devenir à l'aise sur cette partie du métier.

enquêtées doivent se conformer à certaines pratiques (muscultation) qui transforment leur morphologie.

« Déjà quand j'ai passé tous mes diplômes donc de métiers de la forme, il a fallu faire les performances en muscu et tout, je me reconnaissais pas comme j'étais danseuse, il a fallu commencer à soulever de la fonte et tout, je détestais, je l'ai fait parce qu'il fallait vraiment le faire entre le Luc Léger et toutes les perfs de squat et tout ça mais je me reconnaissais même pas physiquement parce que bon ben j'avais pris et je me détestais. »

Martine, gérante polyvalente d'Équinoxe

Le processus de transformation physique n'est que temporaire, mais il est particulièrement contraignant, pour Martine (ancienne danseuse professionnelle) la modification corporelle est subie. Ceci souligne les conflits qui peuvent exister entre les dispositions, elles ne sont pas toutes homogènes, et reflète la force des incorporations passées, les résistances auxquelles elles sont soumises selon les contextes. Pour d'autres enquêté·e·s, cette contrainte s'avère moins forte, le rapport aux normes corporelles et aux normes de genre ainsi que les contextes (familiaux et sexués) d'incorporation de celles-ci pouvant expliquer ces différences⁸⁰.

Les enquêtés seront davantage confrontés à des difficultés techniques lors de l'apprentissage d'une gestuelle et de techniques corporelles faisant appel à des coordinations motrices spécifiques. Les activités morpho-cinétiques, telles la danse, la gymnastique étant plutôt réservées aux filles (Louveau, 2004) les garçons sont peu initiés à ce genre d'apprentissage. En revanche, cet apprentissage spécifique aux techniques de cours collectifs (type Step, L.I.A, abdos/fessiers, Zumba®, etc) ne modifie pas l'apparence corporelle, la morphologie des enquêtés. Certains enquêtés font référence à l'utilisation de mouvements dansés, mettant en jeu la mobilisation de parties du corps symboliquement associées à la féminité (Bourdieu, 1998). Les mouvements du bassin, des hanches, le port de bras, le buste et ses ondulations font rarement partie des répertoires gestuels des hommes.

« Ils ont bien aimé mon style qui a fait que, et puis un garçon qui fait la Zumba® ça plait, je pense, même si on n'est pas très bon techniquement ça plaisait. Je bougeais beaucoup dans la salle avec eux, je m'amusais pas mal, c'était cool. Forcément, moi

⁸⁰ Cette perspective est particulièrement développée en partie 4.

*je jouais un peu surtout sur les musiques latino quoi en mettant un peu le cul parfois,
c'est un peu vulgaire mais ... »*

Jérôme, co-gérant polyvalent de Fit'form, Oxap

Le passage en formation révèle une étape importante de la carrière, celle de l'apprentissage de nouvelles techniques. Ces techniques du corps pour les professionnel·le·s du fitness sont communes et ne sont pas sans effet sur le façonnage de l'hexis corporelle des enquêté·e·s. Ces apprentissages par corps (Faure, 2000) opèrent des changements objectifs et subjectifs sur l'individu, l'entrée dans la carrière engage les enquêté·e·s vers la mise en œuvre de nouvelles configurations de pratiques corporelles pour s'engager et se maintenir dans leur carrière de professionnel·le·s du fitness.

4-3 Des modes d'entrée dans le métier différenciés

Pratique nouvelle et à la mode, le fitness bénéficie d'une attractivité importante pour les candidat·e·s à une formation professionnelle courte et rapide dans les métiers du sport offrant une perspective d'emploi immédiate le plus souvent locale. D'autres travaux mettent en évidence les modalités de conversion d'une pratique en profession (Chevalier et al., 2011; Dubois & Terral, 2011a), la valorisation des dispositions sportives augmente le capital sportif et le capital spécifique au champ (Bonnemaison, 2018; Charissou, 2019). De ce point de vue, les travailleur·euse·s sportif·ive·s ont des origines sociales diverses et des niveaux scolaires qui diffèrent également. La comparaison permet de mettre en évidence des convergences et des divergences dans le déroulement de la carrière. Deux possibilités apparaissent : une entrée précoce dans le métier ou une entrée plus tardive dans la profession après une reconversion professionnelle. L'intérêt ici est de s'intéresser particulièrement à ces modes d'engagement pour analyser finement l'orientation professionnelle choisie par les enquêté·e·s, en fonction de leur trajectoire sociale.

4-3-1 Une entrée précoce dans le métier

Cette modalité concerne 12 enquêté·e·s (6 hommes et 6 femmes) et peut prendre 2 formes différentes : elle est consécutive à la fin des études, ou elle succède à une rencontre.

	Nombre d'années dans le métier	A la fin des études	Suite à une rencontre amoureuse
Serge	28 ans	X	
Nicole	28 ans	X	X
Sandrine	31 ans	X	
Marion	13 ans	X	
Sophie	10 ans	X	
Laura	11 ans	X	
Bertrand	7 ans	X	
Marc	8 ans	X	
Baptiste	8 ans	X	
Nicolas	8 ans		X
Guillaume	15 ans	X	
Véronique	32 ans	X	

Tableau n°23. Modes d'entrée précoce dans le métier selon les enquêté·e·s

Il·elle·s sont 10 (5 hommes et 5 femmes) à faire leur entrée dans le métier à l'issue des études, et pour 2 (1 homme et 1 femme) celle-ci succède à une rencontre amoureuse. Dès lors cette entrée précoce dans le métier n'est pas en lien avec la catégorie de sexe des enquêté·e·s ni leur âge, elle dépend davantage de l'habitus sportif constitué pendant l'enfance qu'un choix par défaut.

4-3-1-1 La suite « logique » de la fin des études

Dans ce groupe majoritaire de 10 enquêté·e·s, l'orientation professionnelle est en concordance avec les aspirations professionnelles. Le choix du métier est vécu comme la continuité de la « passion du sport ». Le style de vie homogène de ce groupe orienté vers le sport présente néanmoins quelques variations inter individuelles.

Serge, Sandrine et Marion rentrent en formation directement après le baccalauréat. Suite logique de leur trajectoire scolaire, la valorisation des dispositions sportives est une « évidence » qui masque aussi le manque d'autres possibilités avec une dotation scolaire moyenne (bac). Ces enquêté·e·s ne présentent pas les mêmes motivations : Serge est caractérisé par un engagement dans la culture physique très tôt, alors que Sandrine et Marion (gymnastes) découvrent avec les disciplines associées les pratiques de cours collectifs et la musculation. Les

possibilités d'emploi, plus grande dans le fitness qu'en gymnastique, orientent le choix de cette carrière.

Sophie, Laura, Marc, Florent, Guillaume et Véronique entrent dans le métier avec une plus grande dotation en capital scolaire et une formation, en majorité, plus étayée sur les métiers du sport. Véronique, « *comme ses sœurs* » poursuit en STAPS, elle présente le concours du CAPEPS auquel elle échoue. Renonçant à une mobilité professionnelle qu'elle ne souhaite pas, elle poursuit après sa licence vers une maîtrise avant de s'intéresser aux Brevets d'État, synonyme d'emploi immédiat sur le marché du travail. Laura, présente les mêmes arguments pour ne pas s'orienter vers la filière « Éducation et Motricité » de la filière STAPS, peu intéressée par l'enseignement de l'EPS surtout « *en région parisienne* », elle s'oriente vers la licence « Entraînement et Performance Motrice » puis met fin à son parcours universitaire en Master 1. Ce choix d'une filière professionnalisante dans les métiers du sport, pour les femmes a déjà été montré, notamment pour les guides de montagne (Menesson, 2005b). Disposant d'un capital culturel souvent élevé (Bac+ 3 ou plus), les femmes renoncent à une perspective d'emploi plus élevée (CAPEPS *versus* Brevet d'État) à cause de la mobilité, entre autres. Cet aspect constitue ainsi une caractéristique saillante de l'ethos des travailleuses sportives en général.

Le choix de se professionnaliser dans le sport rapidement, notamment dans le secteur du fitness, correspond à aussi la possibilité la plus adéquate à leur style de vie mais n'est pas toujours le premier choix. Pour les hommes, pompier ou entraîneur constituent parfois la première orientation, conformément aux aspirations professionnelles retrouvées majoritairement chez les jeunes sportifs. Sans projet précis, dotés de capitaux hétérogènes, et venant d'origines sociales différentes, ils choisissent le secteur du fitness « *par hasard* », pour ses points communs avec leurs socialisations sportives (la pratique de la musculation, un attrait pour les chorégraphies). Ils peuvent mobiliser dans cet espace le goût pour l'action et le dépassement de soi, développé au cours de la socialisation sportive. Cette orientation s'effectue sans une connaissance réelle du fitness, son univers professionnel, des exigences du métier et des conditions nécessaires pour se maintenir dans la carrière.

4-3-1-2 La rencontre amoureuse

Pour Nicole et Nicolas, la rencontre amoureuse est au cœur de leur stratégie de professionnalisation. Nicole rencontre Serge au lycée, elle évoque sa « *passion pour le sport* » et cette opportunité comme la seule envisageable à cette époque.

« Et puis voilà au moment de choisir le métier ça été « qu'est ce qui me plaisait le plus ? » et ce qui me plaisait c'était justement d'être dans l'activité sportive mais entre l'enseigner et le faire c'est un petit peu différent (rires). Et puis après c'est la passion surtout, je crois que c'est surtout ça. Je crois qu'en tant que professeur d'EPS j'aurais peut-être du mal à transmettre par rapport à l'éducation physique puisque c'était quand même ce qui se posait à ce moment-là, être prof d'éducation physique ou de faire justement, de faire de la remise en forme adaptée à tout le monde. Voilà et puis tout simplement, on s'est rencontré avec Philippe donc ça a fait aussi, ça a déclenché...voilà. »

Nicole, co-gérante polyvalente de Gym Land

Pour Nicolas, c'est un peu différent, il rencontre Delphine, déjà professionnelle du fitness, à un moment d'incertitude sur son avenir professionnel, *« non. Moi je me suis cherché pendant très très très longtemps (silence). Il n'y avait que le sport qui m'intéressait et puis au final je ne savais pas quoi faire, mais après ça date de longtemps »*, (Nicolas, salarié à Oxygène).

« Passionné de sport », il veut en faire son métier, mais après un passage bref en STAPS, il ne souhaite pas s'engager vers le métier de professeur d'EPS, dont le niveau de qualification requis ne lui est pas favorable. Il opte pour un le métier d'éducateur sportif territorial, mais là aussi le niveau requiert un brevet d'état comme préalable au passage des épreuves. Laura le convainc alors de s'orienter vers le secteur du fitness pour travailler ensemble par la suite.

Finalement sans être véritablement leur premier choix, Nicole comme Nicolas entrent dans le métier sans autres expériences professionnelles au préalable. Le style de vie orienté vers les pratiques sportives rend possible ce mode d'engagement dans la carrière grâce à un capital sportif important. Ce dernier s'inscrit néanmoins dans un espace de possibles limité par leur expérience scolaire et universitaire.

4-3-2 Reconversion professionnelle et entrée tardive dans le métier

Darmon (2008), précise dans son utilisation de la notion de « carrière », l'existence d'étapes et de « *turning point* » (Hughes, 1996). Les événements marquants sont de différentes natures, ils ont un impact plus ou moins important et une temporalité propre. Pour Everett Hughes ([1950]-1996), le « *turning point* » est un moment de réorientation dans le parcours de vie où l'individu est actif (Negroni, 2005). Cet événement ne prend forme qu'au cœur de

l'histoire d'une vie, ce travail d'interprétation du sens de l'événement apparaît comme une dimension centrale dans les reconversions professionnelles volontaires. Cet aspect a été démontré également par Charissou (2019) dans son enquête sur les professionnels de fitness « Les Mills® ». La reconstruction du sens d'un événement existentiel permet de « tourner la page ». Il apparaît alors comme l'opportunité d'une nouvelle vie grâce à l'engagement dans l'une des modalités de l'exercice du métier.

Dans ses travaux, Sophie Denave (Denave, 2015) identifie les différentes étapes du processus de reconversion professionnelle. L'autrice insiste met en avant l'hétérogénéité des phénomènes de reconversion et adopte le terme de *rupture professionnelle* pour mettre au jour les processus qui accompagnent les changements. La notion même de reconversion « concerne un large spectre de transitions professionnelles, des changements radicaux au glissement vers des métiers ou des secteurs voisins en passant par les variations de statut » (Denave, 2015, p. 4). Elle propose donc de parler de « *bifurcations* » (Grossetti, 2010) ou de « *réorientations professionnelles* ». Ces processus doivent remplir 3 conditions : un changement radical de métier (profession et domaine professionnel), un changement effectif, attestant d'une rupture avérée, et une ancienneté minimale dans le secteur (excluant ainsi les petits boulots effectués par les étudiant.e.s avant d'obtenir un emploi stable). Ainsi, la rupture professionnelle produit un déplacement transversal (changement de champ) sur un même plan ou sur des plans différents (trajectoires descendantes ou ascendantes avec modifications du volume global du capital (Bourdieu, 1979). Les conditions sociales du changement de parcours s'accompagnent par conséquent de disparités sociales et sexuées. Les ruptures professionnelles ne sont pas toujours des ruptures biographiques et les changements de vie ne sont pas systématiques. Les bifurcations professionnelles permettent parfois d'assurer une continuité individuelle : certain.e.s changent vraiment de métier et d'autres « *changent de métier pour ne pas changer* » en quelque sorte. L'intérêt de l'approche réside donc dans l'articulation des contextes et des dispositions, des niveaux micro et macroscopique, de l'échelle individuelle et structurelle. La prise en compte du passé incorporé ne se réduit pas à l'actualisation des dispositions de manière quasi automatique, « *la trajectoire individuelle résulte de l'interaction entre le passé incorporé et le contexte présent* » (Denave, 2015, p. 16).

Par conséquent, l'analyse des événements biographiques permet de rendre compte du processus de bifurcation professionnelle pour ce groupe d'enquêté.e.s qui s'engage dans une nouvelle carrière. Pour certain.e.s enquêté.e.s, les *turnings points* sont des éléments déclencheurs du processus de bifurcation, alors que pour d'autres c'est la convergence de plusieurs éléments qui conduiront à celle-ci. De ce point de vue, l'entrée tardive dans le métier

est caractéristique des enquêté·e·s issus de la classe moyenne (pôle économique et culturel), alors que les enquêté·e·s issus de la classe populaire peu dotés en capital culturel optent pour une professionnalisation rapide, donc une entrée précoce dans le domaine où il·elle·s possèdent des compétences reconnues (capital sportif).

	Âge d'entrée dans la carrière fitness	Métier précédent	Reconversion ou bifurcation professionnelle		
			Suite à une blessure	Déception professionnelle licenciement	Suite à une rencontre
Delphine	24 ans	Vendeuse		X	
Laurence	20 ans	Secrétaire			X
Martine	NR	Professeur de Danse (1992)		X	
Baptiste	23-25 ans	Menuisier		X	
Benoît	28 ans	MNS (1989) Club Med Piscine municipale		X	
Pierre	20-25 ans	Carrossier Magasinier Ouvrier		X	
Alain	45-48 ans	Chef d'entreprise		X	
Jérôme	23-25 ans	Sportif de HN	X		
Alban	22 ans	Entraîneur de cyclisme		X	
Jérémy	20 ans	Frigoriste		X	

Tableau n°24. Synthèse des enquêté·e·s entré·e·s dans le métier après une bifurcation professionnelle

La lecture de ce tableau de synthèse conduit à identifier 3 types de causes déclenchant une bifurcation professionnelle : la blessure, la rencontre et la désillusion professionnelle (ennui ou licenciement). Mais le contexte seul ne suffit pas pour illustrer ce processus, d'autres éléments, individuels, nécessitent d'être pris en compte.

4-3-2-1 Une carrière sportive avortée

La blessure représente un cas particulier de l'enquête, cette situation est partagée par d'autres professionnel·le·s du fitness engagées dans une modalité d'exercice du métier (Charissou, 2019) la blessure provoquant l'arrêt de la carrière de sportif de haut niveau est commune à une partie de la population de ces deux enquêtes. Ainsi, la reconversion dans une carrière de professionnel du fitness s'envisage dans l'espace des possibles qui s'offrent à ces athlètes le plus souvent peu dotés en diplômes scolaires et qui n'envisagent pas de vivre autrement que pour le sport. Sans passer par un processus de dé-sportivisation comme pour d'autres travailleur·euse·s sportif·ive·s (Dubois & Terral, 2011a), ces enquêté·e·s cherchent une porte de sortie honorable à leur carrière de sportif de haut niveau, en valorisant leur capital sportif et leur crédit réputationnel. Ces sportifs en échec dans leur discipline de prédilection trouvent une continuité dans le métier de professionnel·le·s du fitness qui perpétue leur carrière dans l'espace sportif (Fleuriel & Schotté, 2011). Symboliquement, cette porte de sortie respectable permet de contourner l'échec de la carrière sportive. Elle ouvre la perspective de retrouver une trajectoire ascendante et une reconnaissance du capital sportif. Il n'est donc pas surprenant que le style de vie sportif oriente la reconversion professionnelle des enquêté·e·s.

Jérôme joueur de rugby professionnel, échoue au baccalauréat et « *se donne ses chances* » sportivement, « *c'était facile à cette époque de percer dans le rugby et je jouais déjà au Racing* ». Mais après plusieurs blessures importantes au genou, sa carrière de rugbyman professionnel est compromise, il est recruté à un niveau inférieur dans la catégorie espoir. Au cours de cette étape de mobilité géographique, sportive et sociale, il décide de se professionnaliser dans le métier d'éducateur sportif pour « *faire de la préparation physique* », comme une grande majorité d'enquêtés. Cette possibilité lui est offerte par son centre de formation qui organise également la formation au BPJEPS AGFF. Il continue de jouer au rugby semi-professionnel et s'engage dans la carrière de professionnel de fitness qu'il découvre au fur et à mesure de la formation et des stages. Le métier lui donne satisfaction et lui permet de valoriser, d'activer ses dispositions sportives : l'engagement physique est intense, varié, le goût pour le dépassement de soi également, auquel s'ajoute une appétence pour les activités en musique et le côté ludique de l'activité. Associées par les enquêté·e·s à un « côté festif », les activités chorégraphiées en musique permettent à Jérôme de se « *trouver un style qui plait* ». De cette manière, en retrouvant sa notoriété grâce à ses dispositions sportives, Jérôme rebondit dans le champ du sport après une carrière de sportif avortée. En échec dans sa discipline de prédilection, ils trouvent ainsi grâce à l'engagement dans une carrière de professionnel du

fitness, une porte de sortie symbolique à sa carrière de haut niveau. Elle ouvre également la perspective de retrouver une trajectoire ascendante et une reconnaissance du capital sportif.

4-3-2-2 La désillusion professionnelle

Parfois le décalage entre dispositions et contextes professionnels peut engendrer des insatisfactions, malaises, tellement forts qu'ils participent au désengagement professionnel (Denave, 2015). Ainsi la bifurcation professionnelle peut-être la convergence d'insatisfactions professionnelles et d'évènements déclencheurs. Parmi ces enquêté·e·s, certain·e·s ne changent pas de métier et opèrent un changement vertical alors que d'autres se réorientent véritablement vers un autre domaine professionnel.

Benoît, Martine et Alban bifurquent vers une autre discipline sportive. Il·elle·s sont déjà en activité dans le secteur sportif lorsque la possibilité de changer de métier est envisageable (mobilité géographique) voire indispensable (licenciement, problème de santé).

Ah oui et puis j'ai fait une expérience en piscine municipale et là je n'ai pas du tout adhéré, le côté fonctionnaire, sans être... ce n'est pas péjoratif ce que je vais dire et puis il n'y avait pas grand-chose à faire, dans celle que j'ai faite, je n'en fais pas une généralité, sachant qu'il y a quand même beaucoup d'activités dans une piscine, surtout que quand on passe le diplôme on nous parle d'aquagym, de bébés nageurs, de femmes enceintes, il y a tellement de... parce que bon moi je n'ai pas fait ça pour faire de la surveillance. En fait, j'ai toujours bossé dans le privé et puis je me rendais compte aussi que la natation, je ne me voyais pas faire que ça toute ma vie donc je me suis dit « pourquoi ne pas bifurquer sur un autre Brevet d'État qui pourrait être complémentaire ».

Benoît, co-gérant polyvalent de Chloro'Fil

Cet extrait d'entretien illustre la divergence entre ses attentes, typique du discours du pôle économique des classes moyennes, et la réalité du métier. De fortes dispositions sportives et un style de vie orienté vers le sport se superposent à une trajectoire scolaire contrariée et une logique sociale. Si dans un premier temps, son diplôme de Maître-Nageur lui convient pour voyager (animateur GO⁸¹ au Club Océan) et multiplier les expériences professionnelles

⁸¹ Le terme « GO » est indigène à l'entreprise, il est synonyme d'animateur.

lucratives (activité saisonnière en club de plage) tant que sa situation conjugale et familiale le lui permet (sans enfant, célibataire). Le changement qu'il opère dans sa carrière 6 ans après ses débuts de Maître-Nageur reflète la désillusion professionnelle et la mauvaise expérience vécue dans le salariat public. Ses aspirations professionnelles et son style de vie ne sont plus en adéquation avec sa situation professionnelle. En 1995, il s'oriente vers la formation du BEAECPC et du BEEGDA, pour devenir plus « polyvalent ». Pendant 6 ans, il travaille dans un centre aquatique de remise en forme jusqu'à ce qu'il décide de quitter la région parisienne (avec sa compagne) pour le Sud de la France et s'installe dans les Landes en 2001. L'entrée dans le métier de professionnel du fitness se fait de manière complémentaire à son activité de professionnel de la natation. Mêlant des compétences proches dans le même secteur d'activité, il ne change pas véritablement de métier mais se diversifie. La mobilité géographique s'accompagne effectivement d'un véritable changement de vie (naissance d'un enfant) et de statut (salariat en CDI dans le privé). De ce point de vue, Sophie Denave (2015) souligne que les ruptures professionnelles concernent davantage les hommes, les jeunes, les moins diplômés et les salariés du privé (plus le niveau de diplôme s'élève, moins les ruptures professionnelles sont fréquentes). Le changement opéré par Benoît s'organise autour du maintien du style de vie, de façon à changer de métier pour « ne pas changer ».

Martine et Alban ne présentent pas les mêmes histoires de vie et illustrent d'autres processus de bifurcations professionnelles dont le caractère subi ou volontaire du changement (Voegtli, 2004) éclaire la reconstruction du sens donné à l'événement par l'enquêté·e. Pour Martine, un problème de santé (dépression) l'engage à se réorienter de l'enseignement de la danse vers la remise en forme. Là aussi, elle ne change pas réellement de secteur d'activité. Sans véritable qualification scolaire, à un âge avancé, Martine s'oriente vers une activité en plein essor et dont les compétences sont proches de celles qu'elle possède déjà. Sans avoir de détails supplémentaires sur le contexte de sa dépression, il semble que ce changement soit partiellement subi, tout comme pour Alban (entraîneur) licencié économique d'un centre d'entraînement pour cyclistes professionnels.

Les autres enquêté·e·s opèrent eux·elles une bifurcation professionnelle synonyme de véritables changements de métier et de domaine professionnel. Les études sur le sujet (Denave, 2015) précisent que les ouvriers qualifiés, détenteurs de compétences spécifiques (menuisier, ouvrier qualifiés, etc) sont peu en quête de changement, alors que les ouvrier·ère·s non qualifié·e·s et les professionnel·le·s de la vente quittent plus souvent que la moyenne leur métier (en raison de la précarité des contrats notamment).

« Donc j'ai bossé pendant 4 ans ici à Dardour dans une petite boutique de vêtements et en fait je me suis très vite ennuyée, voilà, je me disais « jamais je ne vais faire toute ma vie vendeuse », enfin vraiment je m'ennuyais. Du coup à l'époque j'avais 24 ans... je me suis dit qu'est-ce que je peux faire ? Dans la danse c'était compliqué... Oui mais bon tu vois, si tu n'es pas partie au Conservatoire ou si tu n'es pas dans une grande école reconnue, c'est difficile de faire ça et puis pour gagner sa vie c'est compliqué aussi quand tu es intermittent du spectacle, enfin voilà. J'avais fait des rencontres, j'avais passé des auditions, j'avais été prise dans des orchestres mais franchement c'est payé la misère. Je me disais que ce n'était pas viable. Donc qu'est-ce que je peux faire ?

Delphine, gérante polyvalente d'Oxygène

Cet extrait d'entretien met au jour la façon dont se construit le projet : Delphine évoque la volonté de maintenir son niveau de vie tout en l'accordant avec ses aspirations réelles autour de son style de vie sportif. Le caractère « *peu viable* » du statut d'intermittent du spectacle est écarté, la solution réside alors dans ce qui peut se rapprocher le plus des compétences dont elle dispose pour réaliser sa bifurcation professionnelle. A 24 ans, elle bénéficie encore des dispositifs d'aide à la mobilité professionnelle, et entre dans le métier en contrat de qualification, c'est-à-dire avec un salaire (moindre que celui qu'elle avait en tant que salariée) dans une entreprise. Cette modalité pour passer le diplôme, ici le BEES MDF, lui permet de prendre part à la vie de l'entreprise en alternance avec la formation théorique, au CREPS. De plus, la perspective d'embauche par l'entreprise où est réalisée le stage est quasi-systématique. La prise de risque pour mener à bien son projet, n'est pas anodine mais sans contraintes familiales, elle franchit le pas, « *moi j'étais salariée et mon ancien patron ne voulait pas faire de rupture conventionnelle de contrat de travail donc j'ai été obligée de démissionner donc du coup avec mon emploi je n'allais rien avoir et du coup je n'ai rien eu et je me rappelle j'ai touché le RMI je crois 2 ou 3 mois donc ce n'était rien, vraiment la galère* », (Delphine, gérante polyvalente d'Oxygène).

D'autres éléments permettent de comprendre cette bifurcation. En effet, ces enquêtés ont une scolarité courte qui ne leur permet pas de s'orienter vers leur premier choix (professeur d'EPS pour Pierre et Baptiste). Dans un contexte professionnel où il leur est difficile de s'épanouir et/ou en conflit avec la hiérarchie, « *mon père m'avait trouvé du boulot sur Bayonne*

en tant que magasinier mais au moins je n'allais m'embrouiller avec personne » (Pierre), ces 2 enquêtés s'accordent sur leur désengagement progressif et leur insatisfaction professionnelle, « non non, c'est bien de faire ce qu'on aime dans la vie de toute façon... C'est pour ça que j'ai absolument changé le métier de menuisier parce que je me levais le matin pour faire quelque chose qui ne me plaisait pas. Et je ne me voyais pas faire ça jusqu'à 60 ans, ce n'est pas possible, non », (Baptiste, co-gérant polyvalent de Vita forme). Autant d'éléments convergent vers la volonté de changer de métier par le retour aux aspirations premières « travailler dans le sport ». Relativement jeunes (entre 20 et 30 ans), sans vie familiale, avec un ethos caractérisé par l'indépendance, ces enquêtés livrent une autre configuration possible de bifurcation professionnelle. Ces ouvriers qualifiés infirment ainsi ce qui est souligné pour cette catégorie professionnelle, peu en quête de changement (Denave, 2015).

4-3-2-3 Les opportunités d'une rencontre

Le cas de Laurence est atypique de ce point de vue, puisqu'elle est la seule à changer de métier suite à une rencontre amoureuse, Nicole et Nicolas sont aussi entré·e·s dans la carrière fitness suite à une rencontre amoureuse, mais n'ont pas changé de métier. La rencontre avec son compagnon de l'époque, culturiste, représente un véritable *turning point* dans sa carrière de secrétaire de direction. Celle-ci converge avec d'autres, n'est pas le seul motif ou cause de sa bifurcation professionnelle. Laurence dispose d'une socialisation sportive forte construite au sein d'une famille d'entrepreneur·e·s et de la fratrie. Sa première aspiration professionnelle, l'enseignement, a été abandonné suite à l'échec au concours de l'École Normale, mais sa volonté de transmettre peut s'exprimer dans le métier d'éducatrice sportive, « *alors au tout départ, dans mes études, j'ai passé le concours de l'École Normale et j'ai échoué de très peu. Je voulais enseigner, parce que pédagogiquement j'aime transmettre un savoir* », (Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme). Comme le montre Denave (2015) *se froter à l'autre* peut rendre possible l'intériorisation progressive de nouveaux goûts qui participent sensiblement à la rupture professionnelle (p.216). La rencontre de Christine avec « le culturiste » active ces dispositions sportives fortes, son goût pour l'enseignement, et un ethos de l'entrepreneuriat déjà intériorisés et peut-être mis en sommeil au cours de cette carrière de secrétaire.

« Bon donc je me suis mise au fitness j'étais très jeune, j'avais 20 ans (...) J'ai rencontré un culturiste et j'ai mis le pied dans la musculation et j'ai passé mes

diplômes. J'ai passé des concours de pose plastique, de culturisme, enfin je l'ai fait en même temps que je passais mes diplômes (HACUMESE) parce que (...) c'était le meilleur moyen de s'immerger complètement dans les demandes de réglementation (attendues lors du passage du diplôme) »

Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme

L'immersion totale (concours sportif et par conséquent pratique intensive) dans le nouveau monde de la musculation auquel elle est initiée par son compagnon, participe au nouveau projet professionnel. Elle poursuit donc sa formation lors de ses congés sur 2 ans. Ainsi, l'équilibre financier n'est pas remis en cause et l'alternance entre sa carrière de secrétaire et l'entrée dans sa nouvelle carrière de professionnelle du fitness se fait sans problèmes majeurs. Relativement jeune, entre 20 et 25 ans, sans contraintes familiales, Laurence organise sa bifurcation professionnelle pour un autre métier dans un autre domaine professionnel.

Pour conclure, l'analyse des modes d'entrée dans la carrière de professionnel·le du fitness met en évidence des points communs avec d'autres travailleur·euse·s sportif·ive·s. La pratique sportive intensive dans un cadre formel, institutionnel, constitue l'une des conditions à la constitution d'un véritable habitus sportif qui les caractérise (Dubois & Terral, 2011a). Cependant, une socialisation sportive intensive peut prendre plusieurs formes et concerner des individus aux caractéristiques sociales variées. Par exemple, pour les accompagnateur·ric·s de moyenne montagne, la socialisation sportive est centrée sur les activités de montagne, pratiques plutôt investies par le pôle culturel de la classe moyenne (Bonnemaison, 2018). La population de l'enquête se définit, elle, par un positionnement majoritaire du côté du pôle économique de la classe moyenne. Les enquêté·e·s s'opposent ainsi aux accompagnateur·rice·s de moyenne montagne au style de vie alternatif à distance de l'ethos entrepreneurial observé dans l'enquête. Les données témoignent également de la divergence avec les résultats d'autres travaux, qui montrent la nécessité d'une pratique importante amateur (ou professionnelle) dans la pratique sportive avant de convertir justement cette passion en profession (Menesson, 2005b; Le Mancq, 2007; Julhe & Haschar-Noé, 2010). Au contraire, l'entrée dans la carrière de professionnel·le du fitness ne nécessite pas un niveau de pratique important en fitness, ce qui est attendu des futur·e·s circassien·ne·s par exemple (Salaméro & Haschar-Noé, 2008). D'autres modalités d'exercice du métier (Charissou, 2019) laissent apparaître une rencontre avec le fitness et le métier après avoir occupé le statut d'hyper fréquentant·e, ce qui n'est pas le cas ici. Ainsi, pour les enquêté·e·s, si les dispositions sportives jouent un rôle central, elles

se combinent avec une trajectoire scolaire et un ethos entrepreneurial pour susciter une reconversion professionnelle en adéquation avec leurs aspirations « d'indépendance » et leur style de vie.

Selon Denave (2015, p.8), « toutes les ruptures professionnelles résultent ainsi de contraintes de cheminement, qu'elles soient « internes » (dispositionnelles) ou externes (économiques). En mettant en évidence les modalités d'entrée dans la carrière, l'analyse montre que la socialisation professionnelle ne débute pas vraiment lors de la sélection à l'entrée en formation (épreuves physiques, écrites et orales) comme c'est le cas pour d'autres professions (Pruvost, 2009), mais lors du passage en formation. Cette étape implique l'apprentissage de nouvelles techniques du corps (Mauss, 2012), ainsi le processus de socialisation continue (Darmon, 2006) s'apparente alors à une socialisation de renforcement. Mêlant rupture biographique et professionnelle, le processus de bifurcation n'est pas homogène et concerne davantage les jeunes (20-29 ans), sans enfants et sans contraintes financières de couple, qui peuvent prendre des risques. Bien entendu, la voie professionnalisante dans le service sportif est facilement accessible, ce qui limite le risque d'échec et diminue l'incertitude liée à la reconversion.

Il existe donc un processus générique, commun aux hommes et aux femmes, pour entrer dans la carrière fitness. Le maintien dans cette carrière rend compte de modalités diverses d'exercice du métier, et notamment d'une étape clé, l'ouverture de sa salle auquel le prochain chapitre est consacré.

CHAPITRE 5. OUVRIR SA SALLE DE FITNESS, UNE RECONNAISSANCE SYMBOLIQUE

Maintenir son engagement dans une carrière fitness révèle des modalités d'exercice du métier assez hétérogènes, telles que le salariat, le coaching à domicile ou en entreprise (avec le statut d'auto-entrepreneur·euse) ou encore, devenir « presenter⁸² » national ou/et international. A l'intérieur même de ces modalités, la socialisation professionnelle permet d'envisager des carrières différentes. De ce point de vue, Charissou (2019) montre que les professionnels du fitness « Les Mills® » se caractérisent par une socialisation particulière. Le « management *par corps* », spécifique à cette entreprise, offre une expérience de vie particulièrement englobante, telle une institution totale. Cependant, cette forme de socialisation professionnelle n'est pas systématique et ne concerne pas tous les professionnel·le·s du fitness, se dessinent ainsi les contours de carrières différenciées dans le sous-champ du fitness. Pour la plupart, il·elle·s ont la même formation d'éducateur·rice·s sportif·ve·s, mais leur carrière se déroule différemment : d'un côté certain·e·s s'engagent *corps et âme* dans un processus de « starification » permis par la spécialisation « Les Mills® » (Charissou, 2019), alors que d'autres font également le choix d'une reconnaissance symbolique mais avec l'ouverture de leur salle de fitness et la possibilité de devenir indépendant·e

Depuis la révolution industrielle, le salariat a été juridiquement défini comme un rapport de subordination (Supiot, 2000) pour devenir au XX^{ème} siècle la forme majoritaire d'emploi. Le terme « d'indépendant·e·s » regroupe tous les travailleur·euse·s qui échappent à la condition salariale et qui exercent leur activité professionnelle sans être soumis à une autorité par contrat de travail (Bessière & Gollac, 2014, pp. 537-550). Les études sur le travail indépendant mettent en évidence la façon dont se situe ce groupe professionnel, particulièrement hétérogène, au sein des hiérarchies qui traversent l'ensemble de la société. En France en 2016, 3,1 millions d'actifs (12% d'entre eux·elles) en emploi sont des indépendant·e·s (INSEE, 2019) aux profils variés : agriculteur·rice·s, maçons, médecins, dirigeant·e·s de petites, moyennes ou grandes entreprises,

⁸² Le·la « presenter » (terme endogène au sous-champ du fitness) est un·e professionnel·le du fitness spécialisé·e dans les cours free-style (chorégraphiés) reconnu au plan national ou/et international par diverses instances professionnelles (Fiting, entre autres, est un centre de formation professionnelle initiale et continue qui organise des stages et des concours). Il·elle participe à des concours, meilleur espoir fitness par exemple, et propose des cours lors des stages ou conventions fitness (en week-end ou lors d'événements comme le Salon Mondial du Body Fitness à Paris). Il·elle est rémunéré·e à la prestation, les cachets sont liés à sa reconnaissance symbolique dans le milieu comme ayant une excellente pédagogie, des chorégraphies très originales et créatives sur des musiques le plus souvent exclusives. Véritable « star » du fitness, le·la « presenter » est également majoritairement salarié·e en salle de fitness.

artistes, conducteur·rice·s de taxi, etc. Ainsi, les situer socialement n'est pas simple, et comprendre la signification du passage à l'indépendance dans leurs parcours s'avère indispensable. En effet, pour les enquêté·e·s la reconnaissance symbolique liée à l'ouverture de leur salle est un élément qui participe à un reclassement plus ou moins objectif. L'étude de l'évolution de la trajectoire des capitaux de ces travailleur·euse·s indépendant·e·s permet de comprendre comment ce choix se positionne dans la carrière et en quoi il constitue une modalité de maintien dans la carrière particulièrement attractive. Même si les biographies des enquêté·e·s sont singulières, ce chapitre identifie des points communs aux enquêté·e·s indépendamment de leur catégorie de sexe.

5-1 Maintenir son engagement dans la carrière : ouvrir sa salle de fitness

Les enquêté·e·s rencontré·e·s ont presque tou·te·s poursuivi à un moment donnée la même perspective : ouvrir leur salle de fitness. Le maintien de l'engagement dans la carrière fitness passe alors par la réussite de cette étape. Pour autant, ils continuent à exercer leur métier d'éducateur·rice sportif·ve (les gérant·e·s-polyvalent·e·s) mais les pratiques professionnelles se diversifient avec leur nouveau métier, gérant·e, auquel il·elle·s se confrontent sans vraiment y être préparés. Ces deux facettes du métier mobilisent donc des capitaux différents, et l'intérêt est de mettre en évidence la force de ce qui a été intériorisé comme autant de points communs ou divergences permettant la continuation dans la carrière lors de cette nouvelle étape. Cependant, les dispositions antérieurement acquises ne suffisent pas, et les enquêté·e·s doivent mobiliser d'autres ressources, notamment économiques, pour réaliser la création d'une entreprise. La valorisation d'un ethos entrepreneurial permet d'ajuster le système de valeurs à des pratiques professionnelles exigeantes. Au final, cette nouvelle étape dans la carrière fitness rend compte d'une mobilité sociale à double tranchant : bien souvent la reconnaissance symbolique liée à l'ouverture de la salle ne se traduit pas par un reclassement objectif. L'analyse de cette étape vise à comprendre comment et pourquoi un engagement dans cette modalité spécifique de l'exercice du métier est possible et souhaitable pour les enquêté·e·s.

	Gérant·e·s polyvalent·e·s		Gérant·e·s Exploitant·e·s	Salarié·e·s
Enquêté·e·s	Martine	Sophie	Sabine Jérémy Alain Maurice Michel	Véronique Marion Alban Guillaume nicolas
	Jérôme	Pierre		
	Baptiste	Bertrand		
	Marc	Serge		
	Nicole	Delphine		
	Laurence	Florent		
	Laura	Sandrine		
	Benoît			

Tableau n°25 : Statut des enquêté·e·s

L'ouverture de la salle est présentée par les enquêté·e·s, gérant·e·s-polyvalent·e·s, comme une ambition présente dès le début de leur carrière dans le fitness, « *j'ai toujours voulu monter ma salle* » ou « *j'ai toujours su qu'un jour j'aurais ma salle* ». Ces propos illustrent la façon dont les enquêté·e·s ont fait de ce projet une suite logique à leur professionnalisation dans le fitness. De manière évidente, il·elle·s ouvrent leur salle de fitness alors qu'il ne s'agit pas de la voie la plus simple dans un secteur hyper concurrentiel. Sans en considérer la complexité réelle, il·elle·s sont 20 sur 25 à faire ce choix, qui intervient toujours après une étape dans le salariat pour les gérant·e·s-polyvalent·e·s, ou suite à une bifurcation professionnelle pour les gérant·e·s-exploitant·e·s. Ces deux postures bien distinctes dans le sous-champ reflètent des modes de gestion spécifiques⁸³.

5-1-1 Être à son compte : une histoire de famille ?

Dans leur dossier intitulé « genre et travail indépendant », Sarah Abdelnour, Sophie Bernard et Julien Gros (2017) précisent que « cette reproduction sociale s'opère par le biais de formes variées et de transmissions familiales, qui facilitent l'accès à l'indépendance professionnelle mais ce, davantage pour les hommes que pour les femmes (Bessière, 2010) » (p.14). Si jusqu'alors les femmes indépendantes avaient « des mères commerçantes ou des pères chefs d'entreprise », elles partagent cette caractéristique avec les hommes. Aujourd'hui 50% des chef·fe·s d'entreprise ont au moins un parent indépendant. Dès lors, au même titre que les

⁸³ Ce point est développé dans le chapitre suivant.

dispositions sportives et sexuées, celles liées à l'entrepreneuriat trouvent au sein de la socialisation familiale un contexte favorable à leur acquisition.

Enquêtées	Souhait d'être indépendante		Professions des parents Père Mère
	Ambition première	Ambition secondaire	
Nicole	X		NR
Delphine	X		Agriculteur.rice.s
Laurence	X		Commerçant ⁸⁴
Laura		X	Antiquaire Employée de banque
Sandrine		X	Ouvrier Sans profession
Martine		X	Cadre du public Employée
Sabine		X	Chef d'entreprise Employée
Sophie		X	NR
Marion	Ne souhaitent pas ouvrir leur salle		Cadre SNCF Éducatrice
Véronique			Pharmacien Mère au foyer

Tableau n°26, Professions des parents et souhait d'indépendance des enquêtées

Les enquêtées sont 8 sur 10 à devenir indépendantes, dont 4 ont au moins un parent indépendant. Celles dont l'ambition d'ouvrir la salle est première sont pour moitié filles d'indépendant-e.s. Elles sont 2 sur 10 à devenir cheffes d'entreprise dans un deuxième temps, et toutes deux sont filles d'indépendants. Enfin, elles sont 2 sur 10 à ne pas souhaiter ouvrir leur salle, dont 1 est fille d'indépendant.

⁸⁴ Sa mère est décédée dans son enfance.

Enquêtés	Souhait d'être indépendant·e		Professions des parents Père Mère
	Ambition première	Ambition secondaire	
Jérémy	X		Chef d'entreprise NR
Pierre	X		Ouvrier Sans profession
Florent	X		Ouvrier Employée
Bertrand et Marc	X		Commerçante NR ⁸⁵
Serge	X		Ouvrier Sans profession
Baptiste		X	Brancardier Employée
Benoît		X	Chef d'entreprise Sans profession
Alain		X	Artisan·e·s
Jérôme		X	Enseignante du secondaire
Michel		X	Chef d'entreprise
Alban	A envisager la possibilité sans concrétiser ce projet		Cadre du privé puis du public Profession intermédiaire
Maurice	Sont salariés et ne souhaitent pas ouvrir leur salle		NR
Guillaume			NR Chef·fe d'entreprise
Nicolas			Ouvrier Employée

Tableau n°27, Professions des parents et souhait d'indépendance des enquêtés

Les hommes sont 10 sur 15 à être indépendants, 6 sur 15 ont au moins un parent indépendant, dont 2 ont le souhait premier d'ouvrir leur salle. Ils sont 5 sur 15 à souhaiter, dans un deuxième temps, devenir indépendants, dont 3 sont fils d'indépendant·e·s. Enfin, 4 (1 fils d'indépendante) sur 15 n'ont pas l'ambition d'ouvrir leur salle.

⁸⁵ Les parents sont divorcés, les deux frères sont restés avec la mère, la relation avec leur père est difficile et restreinte.

A lecture des 2 tableaux, hommes et femmes se répartissent de manière très hétérogène, avoir au moins un parent indépendant n'est pas systématiquement associé à l'intériorisation d'un ethos entrepreneurial, mais il y est largement favorable. Il·elle·s sont 16 sur 25 à ouvrir leur salle de fitness, dont 9 sont des enfants d'indépendant·e·s, soit 56,2 %, ce qui confirme la tendance (Abdelnour et al., 2017). Que ce soit dans un premier temps ou dans un second temps, l'ethos entrepreneurial participe de manière importante au projet d'indépendance des enquêté·e·s. Au total ce sont 9 (4 femmes et 5 hommes) enfants d'indépendants qui se lancent dans le projet (initial ou secondaire) de création d'entreprise, contre 4 enfants (1 femmes et 3 hommes) d'ouvrier et 3 (2 hommes et 1 femme) enfants dont les parents ont des professions intermédiaires. Ces dispositions sociales ne sont donc pas les seules à intervenir dans le passage à l'indépendance, être à son compte ne semble pas être qu'une histoire de famille.

5-1-2 La valorisation d'un ethos entrepreneurial

Ainsi, ce processus de création d'entreprise nécessite un contexte qui diffère selon les enquêté·e·s, l'ouverture de la salle peut être concomitante à l'entrée dans la carrière fitness, elle constitue dans ce cas une aspiration professionnelle vécue comme une vocation, « *parce qu'en fait j'avais quand même toujours dans l'idée de monter ma salle. J'ai passé mon BE, oui ça je ne te l'avais pas dit, du coup le but était d'ouvrir la salle* », Delphine, gérante polyvalente d'Oxygène, fille d'agriculteur·rice·s). Cette vocation première se retrouve chez les femmes et les hommes, « *et donc j'avais déjà cette approche et très tôt, très jeune, vers l'âge de 9-10 ans, je savais déjà qu'un jour j'aurais ma salle de gym* », (Serge, co-gérant polyvalent, de Gym Land, fils d'un ouvrier et d'une mère au foyer). Elle s'illustre dans les propos aussi bien des jeunes comme des plus âgé·e·s.

La restitution d'un parcours à postériori est toujours soumise à l'illusion biographique (Bourdieu,) chacun redonnant du sens et une continuité à sa biographie. Par exemple Florent a « toujours eu envie d'ouvrir sa salle de sport » et ajoute que le projet est né « *au fur et à mesure* ». La première étape lors de l'entrée dans le métier consistant à « *se faire plaisir* », il·elle·s ont, néanmoins, tou·te·s vécu le passage par le salariat (dans le sous-champ ou pas), celui-ci constituant une étape permettant de faire « *son CV* » (Benoît).

Les enfants issus des familles d'indépendant·e·s (Bertrand, Marc, Laurence et Sandra) ont aussi intériorisé au sein de la famille, l'éthique du travail pour soi, et la volonté d'indépendance, « *je savais que j'allais m'installer, je ne savais pas dans quoi. Mais je savais que j'allais m'installer donc j'avais fait la fourmi* » (Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme). Elle évoque le

fait qu'elle « savait », en relation avec son aspiration professionnelle de départ. Le terme utilisé, précise la façon dont ce qui a été intériorisé fonctionne comme une *seconde nature* (Bourdieu, 1979), les dispositions à l'indépendance sont très marquées ce qui les rend facilement activables lorsque le contexte est favorable.

« En même temps, dans ma tête à moyen terme, j'avais l'envie de monter une salle, de donner des cours de sport. Alors, après, c'était assez flou, de donner des cours de sport, à ma façon avec ma vision des choses. Mais bon, ça c'était dans un futur plus ou moins lointain. On m'a dit « écoute, y a une petite salle à Mimizan plage qui est dans une résidence de vacances, tu ferais bien de venir voir. ». J'ai été voir. En une semaine ça s'est fait. C'était une salle de 80 m², 90 m² avec un petit coin balnéothérapie. Ça a commencé comme ça, et donc on est parti en tant que chef d'entreprise notamment pour ces raisons-là, pour être assez libres. »

Bertrand, co-gérant polyvalent de My'Fit

Bertrand souligne les conditions sociales sous-jacentes à sa vocation d'indépendant et son ethos entrepreneurial, *« alors nous, on est issu d'un milieu où mes parents étaient commerçants, mes grand parents commerçants, mes parents commerçants, donc ça aide, on est dans ce milieu. Ça s'est fait assez naturellement en fin de compte. Du mal avec la hiérarchie mais avec les ... »*. Cet enquêté met en évidence également, la valorisation de son capital sportif et de ses compétences dans le domaine. L'ensemble de ces éléments convergent vers un style de vie associant liberté et dans le même temps hyper compétitivité. Praticants de surf mais aussi de sports collectifs, Bertrand et Marc (deux frères) illustrent autant l'appartenance à des petits groupes restreints, qu'à une affiliation fédérale traditionnelle (Loret, 1995). Le principe d'individuation⁸⁶ proposé par Jean Pierre Augustin (2002) donne alors une compréhension de cette multi-appartenance « qui amène l'individu à chercher dans des groupes et des lieux divers et fluctuants un sens à son existence » (p.423), la liberté d'être à son compte y participant.

⁸⁶ L'auteur précise que l'individuation se manifeste par une conscience élargie d'appartenance au contraire de l'individualisme qui entraîne un repli sur soi.

5-1-3 Des dispositions favorables au projet de création d'entreprise

Les dispositions au leadership jouent également un rôle important, intériorisées lors de la socialisation sportive compétitive, ce qui concerne presque tou·te·s les enquêté·e·s. Leur valeur éducative est largement valorisée par les familles du pôle économique des classes moyennes (Mennesson et al., 2019), « *Je ne suis pas quelqu'un qui peut fonctionner en équipe, je dirige, je ne peux pas être à deux pour diriger (...) mais je ne crois pas à l'association* », (Alain, gérant de Go Forme). Ainsi, la possibilité de « forger » le caractère par la pratique sportive concerne les garçons en majorité, mais se retrouve également pour les filles, dans les familles en position sociale ascendante (Mennesson et al., 2019). La socialisation sportive intense et compétitive joue alors un rôle évident. Les conditions sociales de l'acquisition des dispositions à la valorisation de l'effort, du dépassement de soi et du goût pour l'action sont particulièrement saillants pour le pôle économique des classes moyennes. Incorporées durant la socialisation sportive, elles sont transférables à d'autres domaines de la vie sociale, (Mennesson et al., 2019).

Jérôme, Laura, Sandrine, Martine et Baptiste sont des fil·le·s de chefs d'entreprise (Benoît), d'ouvriers (Sandrine, Baptiste) et de professions intermédiaires (Jérôme, Laura, Martine). Pour ce groupe, l'ethos entrepreneurial ne fait pas systématiquement partie des normes et valeurs construites au sein de la famille. La socialisation sportive intense et compétitive joue alors un rôle évident.

5-1-4 Bifurcation professionnelle et accès à l'indépendance

De manière différente pour Pierre et Baptiste, la décision d'ouverture d'une salle résulte de l'imbrication de plusieurs éléments. Fils d'ouvrier, ces enquêtés ont également développé un goût pour l'action et le dépassement de soi lors de leur socialisation sportive « masculine » intense (rugby pour Pierre et course landaise pour Baptiste). Malgré une orientation scolaire contrariée, la passion pour le sport ne disparaît pas, « *j'ai fait ça pendant 4 ans, une fois diplômé, et après bon c'est revenu à la charge, j'avais vraiment envie de faire du sport donc je me suis orienté plus vers le secteur (hésitation) Ministère Jeunesse et Sport puisque l'Éducation Nationale ce n'était pas la peine, je n'avais pas le niveau (...)* » (Baptiste, co-gérant polyvalent de Vita Forme). L'expérience du salariat nourrit une désillusion professionnelle et renforce la volonté de changement, « *moi je ne suis pas, moi le travail d'usine ça ne me convient pas du tout* » (Pierre, gérant polyvalent de Top Forme). Ces deux enquêtés optent pour un choix de

style de vie plus satisfaisant à leurs yeux. La possibilité de devenir « *son propre patron* » apparaît primordiale pour ces anciens salarié·e·s dont l'espace des possibles est relativement restreint (CAP/BEP de monteur-fraiseur pour Pierre et de Menuiserie pour Baptiste). Le capital sportif est ainsi reconverti en ressources professionnelles (Chevalier, 2003; Julhe & Haschar-Noé, 2010) intéressantes d'un point de vue social (devenir chef d'entreprise) et symbolique, les idéaux-types des indépendants étant des figures masculines (Abdelnour et al., 2017).

La durée dans le métier est significative, l'expérience du salariat peut contribuer à la désillusion professionnelle. La bifurcation s'effectue alors en prenant en compte l'âge et l'estimation du rapport coût/bénéfices de la mise à son compte par le salarié (Denave, 2015), « *voilà, et l'envie de me mettre à mon compte. Je me rendais compte, je me disais « j'ai la double casquette, j'ai les moyens de faire quelque chose, j'ai un savoir-faire », ça fait maintenant 20 ans que je suis dans le métier, j'ai envie professionnellement de me rendre utile et je ne me voyais pas faire autre chose de toute façon* », (Benoît, co-gérant polyvalent de Chloro'Fil). Croisée à des trajectoires scolaires plus ou moins contrariées et/ou des expériences professionnelles décevantes, ces bifurcations professionnelles convergent vers l'ambition d'ouvrir sa salle, « *voilà je me suis lancée parce que j'étais salariée pendant 20 ans et puis là je me suis dit : allez je lance mon truc je me monte et voilà* », (Martine, gérante polyvalente d'Équinoxe). Pour les enquêté·e·s, l'indépendance passe par une satisfaction personnelle, celle de travailler pour soi, élément central en termes d'épanouissement au travail (Serre et al., 2003), « *oui parce que marre de travailler pour les autres... C'était.... L'élément déclencheur ça a été Bayonne et Anglet. (...) Et on s'est dit, parce qu'on était ensemble déjà quand j'étais à Bayonne, donc on s'est dit « ce n'est pas possible que lui soit comme ça après dans son futur et que moi je reste comme ça. Ce n'était pas possible* », (Laura, co-gérante polyvalente de Vita forme).

Ainsi, le passage « à son compte » se fait différemment selon les individus. Cette forme de reproduction sociale (Bessière, 2010), ne concerne pas tous les enquêté·e·s, mais il·elle·s sont nombreux à avoir en commun cette aspiration professionnelle. Les conditions favorables à ce projet d'indépendance, qu'elle soit première ou pas, sont plurielles et ne sont pas systématiquement associées à une origine sociale ni une catégorie de sexe. Les dispositions au leadership, au dépassement de soi et la volonté de liberté paraissent bénéfiques à la création d'entreprise. La socialisation sportive joue ainsi un rôle majeur, tout comme l'expérience du salariat pour activer cet ethos commun aux enquêté·e·s. Ce dernier recouvre un engagement

intense au travail caractéristique de l'idéologie de la « passion » et fait appel au registre de la vocation, telle la vocation artistique ou religieuse (Suaud, 1978).

5-1-5 Un ethos professionnel commun

Selon Bourdieu, l'ethos est une des 3 composantes de l'habitus (eidos, hexis et ethos), lors d'une conférence à Genève en 1978 il explique, « j'ai employé le mot d'ethos, après bien d'autres, par opposition à l'éthique, pour désigner un ensemble objectivement systématique de dispositions à dimension éthique, de principes pratiques (l'éthique étant un système intentionnellement cohérent de principes explicites) ». L'ethos fait donc référence à un ensemble de valeurs et de normes intériorisées, de schèmes pratiques, logiques et axiologiques. « La logique pratique étant tournée vers la pratique, elle engage inévitablement des valeurs. C'est pourquoi j'ai abandonné la distinction à laquelle j'ai dû recourir une fois ou deux, entre eidos comme système de schèmes logiques et ethos comme système des schèmes pratiques, axiologiques (et cela d'autant plus qu'en compartimentant l'habitus en dimensions, ethos, eidos, hexis, on risque de renforcer la vision réaliste qui porte à penser en termes d'instances séparées). En outre, tous les principes de choix sont incorporés, devenus postures, dispositions du corps : les valeurs sont des gestes, des manières de se tenir debout, de marcher, de parler. La force de l'ethos, c'est que c'est une morale devenue hexis, geste, posture. » (Bourdieu, 1984, p.133). Largement discutée, cette notion d'ethos pose la question de son emploi, à savoir l'envisager comme « la résultante d'une configuration sociale donnée » ou dans sa « propension à orienter un type de pratique » (Fuselier, 2011, p. 172). Boni Le Goff (2013) apporte une réponse intéressante en mobilisant l'ethos « comme un ensemble de principes et prescriptions propres au groupe qui agit comme un horizon de référence », (p.57) « une autorité invisible » au sens où il désigne l'ensemble des hiérarchies et systèmes symboliques implicites qui régissent la vie sociale » (Löwy, 2006, p. 252). L'ethos dépend ainsi de différents facteurs (Zarca, 2009) et dans le cadre professionnel, il se définit comme « un ensemble de dispositions acquises par expérience et relatives à ce qui vaut plus ou moins sur toute dimension (épistémique, esthétique, sociale, etc.) pertinent dans l'exercice d'un métier » (pp. 351-352). Apprendre un métier revient donc à « apprendre ce qu'il convient de faire » dans un contexte donné et selon les normes de celui-ci. Dès lors, il convient de s'intéresser à l'ethos comme un processus de la socialisation toujours à l'œuvre, un système d'orientation des pratiques incorporé. Ce système de valeurs commun aux hommes et aux femmes enquêtés.e.s, cristallise cet ethos professionnel autour de la mobilisation de la passion et du registre vocationnel, et de l'engagement intense au travail.

Largement évoquée dans le champ du sport, la « passion » recouvre plusieurs éléments qui sont communs aux enquêté·e·s et aux travailleur·euse·s sportif·ive·s de manière plus large (Bouhaouala & Chifflet, 2001; Chimot & Schotté, 2006; Julhe & Haschar-Noé, 2010; Bonnemaïson, 2018; Charissou, 2019). Cette idéologie semble se constituer, autour du « sentiment d'être fait pour ça » (Bertrand, 2011), de l'engagement intense pour une activité, une pratique, un métier, un art et organise finalement des pratiques individuelles, professionnelles, sociales (Sorignet, 2001; Julhe & Honta, 2012), « *on se retrouve à avoir une salle et à vivre vraiment de la passion, vraiment première, je gère le truc comme j'ai envie* », (Jérémy, gérant de Hall fitness).

La passion pour le sport oriente le style de vie et la carrière professionnelle des enquêté·e·s et s'imbriquent pour devenir un « métier de passion » (Julhe & Haschar-Noé, 2010). Le glissement évoque ainsi la superposition du loisir et de l'activité professionnelle qui apparaît dans un premier temps de la carrière comme un moyen de « *se faire plaisir* », « *de continuer à faire du sport* », « *de s'éclater* », sans s'éloigner de la pratique sportive (Chevalier, 2003), comme cela peut être le cas dans d'autres secteurs des métiers du sport (Dubois & Terral, 2011a). Puis, le défi entrepreneurial devient primordial, même si le métier est prenant, « *et donc, avec mon frangin on a voulu... on s'est inséré dans le circuit du chef d'entreprise et ça nous a vraiment plu pour le coup, notre boulot avant tout, mais aussi le fait de développer une activité quand même très enrichissante. Donc on a dit pourquoi pas voir pour racheter ces murs et après monter une salle dans ce lieu et plus à notre image* », (Bertrand, co-gérant polyvalent de My'Fit). L'entrepreneuriat sportif apparaît bien souvent comme la voie la plus adaptée pour concilier travail et loisir, ou, travail et passion (Dubois & Terral, 2014), la conversion de l'engagement sportif permet l'accès à une activité professionnelle (Chevalier & Dussart, 2002; Chevalier, 2003; Dubois & Terral, 2017).

Permettant un renouvellement dans le métier et/ou la perspective de faire « *comme on veut* », les enquêté·e·s englobent dans la *passion au travail* plusieurs processus qui convergent vers la valorisation d'un ethos commun. Ce dernier se traduit notamment par une disponibilité inconditionnelle à l'égard du travail et surtout de « *la salle* ». De ce point de vue, l'engagement intense au travail n'est pas l'apanage des seuls indépendant·e·s, à l'image des cadres d'État, qui vivent également leur métier sur le mode de la passion (Julhe & Honta, 2012). Caractérisé·e·s par l'idéologie du dévouement (Pruvost, 2007), ces cadres d'état (tous secteurs confondus) présentent un ethos professionnel spécifique, plus ou moins fortement incorporé selon le sexe et le prestige des tâches qui leur sont attribués. Ces travaux montrent que le régime libéral (Lapeyre & Le Feuvre, 2009) n'est pas le seul à être marqué par un engagement intense

et une disponibilité inconditionnelle à l'égard du travail. Ainsi, l'engagement plein et entier au travail ne concerne pas davantage un statut professionnel ou un autre, mais un rapport au travail intériorisé et la manière dont les agent·e·s le redéfinissent activement (Avril et al., 2010) dans un contexte particulier.

« Maintenant que j'ai connu ça, je pense que ce serait difficile parce que bon en plus, on est indépendant, on est à notre propre compte, on est notre propre patron, on fonctionne comme on veut. Le fait de redevenir, par exemple, salarié. »

Marc, co-gérant polyvalent de My'Fit

Cet ethos professionnel est caractérisé en grande partie par un temps de travail très conséquent, quel que soit le sexe, l'âge ou l'origine sociale des enquêtés, *« je vais le quantifier dans la semaine. Je dois faire 50 heures... Ouais, entre la gestion, ce que je fais chez moi à d'autres heures, oui (...) Ouais, ouais et je faisais des repas, j'avais un coin resto et je m'occupais de tout. Je pense qu'à l'époque je devais faire plus de 50 heures. »*, (Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme). En moyenne, les indépendant·e·s travaillent 50 heures par semaine (INSEE, 2019), certains précisent travailler davantage encore, *« non moi j'ai compté l'autre jour, je passe 70 heures par semaine à la salle. Je ne me voyais pas faire 70 heures par semaine pour quelqu'un, c'est impossible. Donc là on est content, on est fier (...) on s'épanouit beaucoup plus quand on travaille pour soi je trouve »*, (Baptiste, co-gérant polyvalent de Vita Forme). Les enquêté·e·s expliquent avoir un engagement au travail d'environ 60 heures par semaine, ce qui est relativement important et représente le double de temps de travail par rapport à un salarié classique. Si cette forme de disponibilité inconditionnelle à l'égard du travail semble nécessaire, elle ne diminue pas dans le temps. Le temps libre est donc fortement restreint, comme les vacances, *« eh bien, non. Je suis parti pour la première fois là au mois d'avril. Depuis 12 ans je n'ai pas pris de vacances. Donc voilà, c'est une expérience pour moi de partir mais vraiment lâcher. Et surtout, même s'il y avait le feu, ce n'était pas la peine de m'appeler. Je suis en vacances, je pars. Je m'étais promis que pour mes 50 ans, je me prendrais une semaine de vacances. Je crois que je les ai méritées. Et donc je l'ai fait et ça m'a fait du bien »*, (Pierre, co-gérant polyvalent de Top Forme).

La passion et le défi entrepreneurial sont particulièrement prenants, et nécessitent que d'autres éléments, notamment financier et humain, participent au projet afin que l'ouverture de la salle de fitness soit possible, *« et bien je donnais beaucoup plus d'heures de cours. J'étais*

ouvert le dimanche au début... Et je donnais des cours même le dimanche midi », (Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme). Le temps de présence au travail participe donc à structurer les différents sociaux qui se retrouvent très réduits voire inexistantes. Les périodes de fermeture, et par conséquent les temps privés des professionnel·le·s sont évoquées à minima.

« 9h-21h non-stop. Samedi 14h30-17h et fermé le dimanche. On ferme une semaine par an pendant les fêtes des arènes au mois de juillet, et après on fait une rotation. On fait des ponts quand ça se présente mais autrement non, on est ouvert je pense qu'on est le seul club à être ouvert autant dans l'année. »

Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme

Ce point de vue illustre partiellement la stratégie de positionnement économique, en se plaçant comme une salle « ouverte toute l'année », Laurence développe un argument commercial.

La contamination de la sphère familiale par la sphère professionnelle paraît de plus en plus présente dans les sociétés contemporaines (Julhe & Honta, 2012), ce d'autant plus que lorsque les enquêté·e·s sont indépendant·e·s et travaillent en couple (Bertaux-Wiame, 2004a; Bessière & Gollac, 2007) comme c'est le cas ici. Les temps hors travail restreignent la vie sociale et les loisirs, « *(silence) ça oui mais aller au cinéma non. Aller au restau, occasionnel (Laura), Non moi j'ai oublié tout ça, (Baptiste), Aller au restau, franchement ! (Laura) Oui, on n'a même pas le temps (Baptiste)* ». Cet extrait de Laura et Baptiste (en couple privé et professionnel) exprime les effets de cette socialisation professionnelle spécifique, particulièrement enveloppante. La volonté de limiter les risques corporels implique également la suppression de certaines activités physiques de loisirs, Jérôme évoque l'arrêt de sa pratique du rugby, en amateur, « *j'ai arrêté parce que j'ai peur de me blesser, il était hors de question que je me blesse donc je voulais pas prendre le risque* ».

La valorisation d'un ethos entrepreneurial et la mobilisation du capital économique sont deux éléments majeurs dans cette étape de maintien dans la carrière fitness. Que l'ouverture de la salle intervienne en début de carrière ou après une longue période de salariat, elle est vécue par les enquêtés comme une étape importante, enrichissante, épanouissante. Véritable défi professionnel, l'ouverture de sa salle de fitness participe ainsi à la mobilité sociale des enquêté·e·s. En effet, le passage de salarié·e à gérant·e offre une perspective de reclassement social avant tout symbolique.

5-2 Accès au statut et mobilité sociale

Le changement de statut infléchit la forme de la trajectoire de deux manières : soit il s'agit d'un déplacement vertical, soit il s'agit d'un déplacement transversal dans l'espace des positions sociales (Bourdieu, 1978). Autrement dit, les déplacements verticaux s'opèrent dans le même champ, et peuvent être ascendants ou descendants selon le gain ou la perte du volume du capital global. Les déplacements transversaux s'opèrent eux lorsqu'il y a changement de champ, ils se réalisent sur le même plan (même statut et nouvel équilibre entre capital culturel et capital économique) ou changent de plan (changement de statut, gain ou perte de capitaux), (Bourdieu, 1978 ; Denave, 2015). Il semble donc nécessaire, avant de considérer qu'ouvrir sa salle constitue un reclassement, d'analyser leurs conditions salariales et financières au regard de leurs positions antérieures à ce nouveau statut de chef·fe·s d'entreprise et les véritables conditions de vie qui y sont associées.

5-2-1 Les conditions de vie réelles

La moyenne d'âge des gérant·e·s est de 42,5 ans pour les femmes (15 ans dans le métier) et 40 ans pour les hommes (10 ans dans le métier en moyenne), les enquêté·e·s sont entré·e·s dans la carrière depuis une quinzaine d'années environ.

	Ancien statut Revenus	Niveau diplôme	Ancienneté dans le sous champ	Chiffre d'affaires ⁸⁷	Salaire
Nicole 50 ans	Salariée	Bac	28 ans	<i>160 000 €</i>	1200 €
Martine 50-55 ans	Salariée	Bac	+ de 20 ans	75000€	0
Laurence 55 ans	Salariée	Bac + 2	1988 23 ans	<i>180 000 €</i>	« on en vit bien »
Sandrine 50-55 ans	Salariée	Niveau Bac	31 ans	déficitaire	0
Sabine 40 ans	Salariée	Bac +5	15 mois	135 000€	+/- 1000€
Delphine 30-35 ans	Salariée	Bac + 2	7 ans	<i>200 000 €</i>	NR
Sophie 28 ans	Salariée	Bac + 2	5ans	<i>160 000 €</i>	ACRE 600€
Laura 31 ans	Salariée	Bac + 3	3 ans	110 000 €	ACRE 600€
Pierre 51 ans	Salarié	Cap	23 ans	400 000€	2000€
Serge 51 ans	Salarié	Bac	28 ans	<i>160 000 €</i>	1200€
Benoît 48 ans	Salarié 2000 €	Niveau Bac	20 ans	<i>63 000 €</i>	0
Alain 48 ans	Gérant	Bac +4	18 mois	240 000 €	Frais réels
Michel 30-35 ans	Salarié	/	5 ans	250 000 €	Frais réels
Baptiste 31 ans	Salarié 2000 €	Bac	8 ans	110 000 €	0
Bertrand 30 ans	Salarié	Bac + 3	5 ans	150 000 €	1500€
Florent 29 ans	Salarié	Cap	7 ans	<i>63000 €</i>	ACRE 600€
Jérôme 28 ans	SHN	Niveau Bac	5 ans	270 000 €	1000€
Marc 26 ans	Salarié	Bac	5ans	150 000 €	1500€
Jérémy 22 ans	Salarié 1200 €	Bac	2 ans	<i>70 000 €</i>	Frais réels

Tableau n°28. Synthèse gérant·e·s et volume du capital global

Tout d'abord, cette synthèse montre l'absence de relation directe entre le sexe, l'âge, l'ancienneté dans le métier et le salaire. Les revenus des indépendant·e·s sont difficilement comparables à ceux des salarié·e·s (Abdelnour et al., 2017) ce qui rend complexe l'étude de ce

⁸⁷ Le chiffre d'affaire est donné par les enquêtés, et lorsqu'il ne l'est pas, il s'agit d'une estimation (nombre d'adhérents x coût de l'abonnement annuel). Il est en italique lorsqu'il est estimé.

secteur. Le chiffre d'affaire, le patrimoine (Bessière et al., 2012) ou la qualification (Amossé & Goux, 2004) sont appropriés pour rendre compte de ces nouvelles formes du travail indépendant assez peu régulées. Alors que les travaux sur le genre et le travail indépendant soulignent des inégalités sexuées en termes de revenus (Abdelnour et al., 2017) ou d'accroissement du chiffre d'affaire, les données ne vont pas dans ce sens. Cela ne signifie pas pour autant que les inégalités de genre sont absentes, elles se précisent notamment dans les modes d'accès et les manières d'être indépendantes⁸⁸ (adossées ou non à la carrière d'un conjoint), à une segmentation sexuée des activités⁸⁹ et dans le déroulement de la trajectoire⁹⁰. Les résultats présentent une grande hétérogénéité, le chiffre d'affaires ne donne qu'une indication puisque les salaires peuvent varier considérablement. Trois grands points sont à relever.

Il·elle·s sont 10 sur 19 à ne pas se verser de salaires (à l'ouverture de la salle et parfois encore au moment de l'enquête), mais il·elle·s bénéficient quand même de revenus. Les jeunes entrepreneur·e·s perçoivent l'ACRE pour une durée de 15 mois, et 3 des gérant·e·s ne sont pas salarié·e·s mais possèdent un compte d'entreprise et utilisent « *les frais réels* » pour « vivre sur le compte de l'entreprise ». Ces rémunérations très faibles (environ 1100€) s'observent pour les indépendant·e·s du secteur de l'enseignement des disciplines sportives ou de loisirs, (INSEE, 2019). Globalement, le sous champ du fitness est un secteur professionnel proposant de faibles rémunérations, même si le fait d'ouvrir sa salle permet d'augmenter le volume du capital économique (bâti ou portefeuille de client·e·s), les conditions salariales restent très précaires, au regard de l'ancienneté dans le milieu.

« On n'est pas dans des 3000 euros par mois dans un métier comme ça, quand vous émargez 1100-1200 € nets par mois, vous êtes content, je veux dire de façon 12 mois sur 12, vous êtes content de ça. »

Serge, co-gérant polyvalent de Gym Land

Le second élément à prendre en compte étant la situation (statut professionnel) précédant l'ouverture de la salle. A ce niveau, presque tou·te·s ont été salarié·e·s soit dans le secteur du fitness, soit dans d'autres domaines professionnels. Ainsi, l'ouverture de la salle de fitness

⁸⁸ Voir chapitre 8.

⁸⁹ Ce point est développé dans la partie 3.

⁹⁰ Voir chapitre 8

permet de changer de statut, passer de salarié·e à gérant·e, mais ne signifie de manière systématique une augmentation des revenus. Au contraire, pour exemple Florent (co-gérant polyvalent de Chloro'Fil), avant de quitter l'entreprise pour laquelle il travaille, une autre salle de fitness, percevait une rémunération nette de 2000€ par mois. A cette époque, il est responsable de l'équipe sportive dans sa salle, réalise du coaching individuel sur ses heures libres et donc percevait des revenus complémentaires en sus de son salaire de base. Pour lui, comme pour d'autres (Benoît, Laura, Baptiste, Delphine, Martine, Sabine, Jérôme et Sophie) le changement de statut engendre une diminution des revenus.

« Donc ça été un choix après de passer d'auto entrepreneur à monter une salle, c'est quand même baisser ses revenus, énormément, deux fois moins même, trois fois moins peut être et puis bon après c'est un autre projet. »

Jérôme, co-gérant polyvalent de Fit'Form, Oxap

Enfin, le style de vie est organisé autour du fitness ou plus précisément de leur salle et non plus vers la pratique sportive en général. Constitué de pratiques et d'habitudes communes, le style de vie tend à s'homogénéiser et ce indépendamment de la catégorie de sexe. Il permet de s'adapter aux contraintes liées aux conditions de vie, caractéristiques de l'engagement dans un métier de passion, *« si tu veux, je prends du plaisir au boulot donc je n'ai pas l'impression, enfin je ne sais pas. Par exemple quand je parle avec un client, je prends du plaisir. Pour moi, je ne fais pas trop de distingo, je peux me faire chier sur une plage. Mon boulot a toujours été un plaisir donc j'ai toujours l'impression de prendre du temps. (...) Quand quelqu'un dit « ta salle, j'adore », j'ai des frissons. Ça remplace l'argent... Là j'ai l'impression d'avoir fait du bon boulot et j'ai envie que ça continue, ça me donne l'énergie de trouver encore des idées »,* (Alain, gérant de Go Forme).

Quels processus permettent aux enquêté·e·s d'accepter de telles conditions de vie ? Les enquêté·e·s évoquent l'idéologie de la passion ou de la vocation, presque sacerdotale (Suaud, 1978), comme arguments lors des entretiens. Dans cette perspective, c'est bien la quête d'une reconnaissance symbolique qui apparaît primordiale. Les enquêté·e·s trouvent dans la gestion de leur entreprise, dans le fait d'« être à leur compte », une satisfaction symbolique qui les amènent à accepter des conditions salariales précaires, un volume de travail important, une absence de congés réguliers et un style de vie orienté vers le travail. En lien avec une intériorisation forte et précoce de dispositions à l'indépendance, au leadership, au dépassement

de soi et au goût pour l'action, les enquêté·e·s se retrouvent autour d'un ethos professionnel commun. L'attrait pour le métier se double ici du sentiment de se sentir intrinsèquement fait pour lui. L'actualisation d'aspirations professionnelles rencontre ainsi des conditions sociales particulières permettant la concrétisation d'un désir plus ou moins ancien. Ainsi, la mobilité sociale répond principalement, non pas à une recherche de meilleures conditions financières, mais à d'autres dimensions symboliques, plus subjectives. L'acquisition d'un statut socialement plus élevé que celui permis par le niveau d'étude initial, engendre une reconnaissance symbolique recherchée et valorisée par les enquêtés.

5-2-2 Un reclassement social en partie subjectif

Le processus de reclassement social correspond à un changement de position dans l'espace social. Reflétant des trajectoires ascendantes ou descendantes, ce changement de position n'est pas homogène pour les enquêtés. Majoritairement, ils bénéficient d'une amélioration de leur statut dans le passage de la position de salarié à celle de gérant. Cependant, les revenus n'augmentent pas de manière systématique lors de ce changement de statut, ils ont même tendance à baisser. La valorisation des différentes espèces de capital permet d'objectiver le changement de position. En effet, le volume du capital économique se trouve modifié par l'acquisition de biens mobiliers et immatériels (la clientèle). L'investissement financier est notable, tout comme la constitution d'une clientèle, l'ouverture de la salle de fitness constitue de ce point de vue une ressource économique relativement importante pour les gérants, augmentant de fait leur patrimoine. La possibilité de changer de statut alors un élément particulièrement révélateur des attentes des enquêté·e·s, « être son propre patron » est un argument majeur, « ouais ouais ouais, vraiment, ça fait vraiment du bien de travailler pour soi, de... (silence). Déjà c'est de ne pas voir les heures passer, d'arriver le matin, ça c'est plus le côté que ce soit à nous, d'arriver le matin et le plaisir de tourner la clé et de ne pas avoir envie de la fermer le soir, ça c'est génial », (Baptiste, co-gérant polyvalent de Vita Forme). Ce changement de statut intervient comme une seconde bifurcation professionnelle depuis l'entrée dans le métier et la carrière fitness, sauf pour Laurence, la seule à ouvrir sa salle de fitness à l'issue de l'obtention de son diplôme sans passer par le statut de salariée dans le sous champ. Pour les autres enquêté·e·s, deux types de mobilité sociale apparaissent. D'une part, ceux-elles dont la trajectoire est transversale et ascendante et d'autre part ceux dont la trajectoire est verticale et ascendante. Cependant, si tou·te·s bénéficient d'un changement de statut qui modifie leur position dans l'espace social, certains paramètres telles les conditions de vie

réelles, ou encore les conditions salariales nuancent les effets de ce changement de position (Bourdieu, 1979).

Un premier groupe d'enquêté·e·s (6) se distinguent par une trajectoire transversale marquée par un changement de profession et un changement de domaine professionnel (champ). Le passage de salarié·e à gérant·e et l'investissement financier réalisé pour ouvrir la salle implique donc une double modification pour ces agent·e·s. Le volume et la structure du capital économique (acquisition de biens immobiliers et/ou valeur d'une entreprise) se trouvent modifiés. Le capital culturel s'accroît également pour certain·e·s notamment par l'acquisition d'un diplôme professionnel spécifique (Laura, Laurence, Pierre). Néanmoins, au regard de la dotation en capital culturel et des conditions salariales, les femmes sont moins favorisées que les hommes. En effet, disposant d'un capital culturel plus élevé, elles ne bénéficient pas d'un salaire plus élevé. Dans ces cas-là et notamment pour Sabine, il s'agit véritablement d'une disqualification d'un point de vue économique. Pour les hommes, la tendance s'inverse, plus faiblement dotés en capital culturel, leur trajectoire est marquée par un reclassement social et salarial. Cet aspect rejoint l'idée évoquée plus avant, les inégalités sexuées sont à préciser à l'intérieur des trajectoires des enquêté·e·s. Le niveau de qualification (capital culturel), plus déterminant dans la probabilité de se mettre à son compte que leurs homologues masculins (Rouault-Galdo, 2001) est un mode d'accès et participe à une manière d'être indépendante.

Le deuxième groupe d'enquêtés se caractérise par une trajectoire verticale et ascendante également. Les agents sont restés dans le même sous champ, mais ont acquis un nouveau statut sans vraiment changer de métier : il·elle·s sont resté·e·s éducateur·rice·s sportif·ive·s et sont devenus gérant·e·s. Comme pour le premier groupe, le volume et la structure du capital économique ont été modifiés par la création de leur entreprise. Cependant, les conditions salariales ne sont pas, là-aussi, à la hauteur de la dotation scolaire de certain·e·s enquêté·e·s. Pour Sophie, Laura, Alain et Bertrand, le salaire est en-deçà de ce qu'il·elle·s auraient pu obtenir au regard de leur niveau d'étude.

Pour les autres, Nicole, Martine, Sandrine, Serge, Benoît, Baptiste, Florent, Jérôme et Merc, le reclassement social produite des effets contrastés. En effet, Florent, Benoît, et Jérôme évoquent des revenus supérieurs dans leur ancien statut et envisagent ce sacrifice de manière temporaire. Pour Martine et Sandrine, d'âge avancé, les conditions salariales sont défavorables : Martine met 7 ans avant de pouvoir générer du bénéfice au niveau de sa salle de fitness et Sandrine ferme définitivement sa salle après 2 ans d'existence, avec certainement des dettes ou du moins un manque de retour sur investissement.

Par conséquent, si tous les enquêté·e·s connaissent des trajectoires ascendantes verticales ou transversales dans l'espace des positions sociales ils ne bénéficient pas d'un réel reclassement économique. Néanmoins, le patrimoine, comme le capital social, augmente significativement. Le changement de statut permet une requalification sociale et symbolique notable pour les enquêté·e·s et plus particulièrement surtout pour ceux·elles les moins doté·e·s en capital culturel institutionnalisé.

« Pour moi c'est entre guillemets un retour en arrière mais maintenant je suis gérant, je ne suis plus du tout simple prof mais c'est vrai que je ne vous cache pas que de refaire des cours. Aujourd'hui j'ai 48 ans, j'ai l'impression de ne pas avoir avancé dans ce sens-là mais aujourd'hui je suis gérant. (...) Bon au jour d'aujourd'hui le Brevet d'État ça m'a bien..., ça m'a permis d'évoluer quand même. »

Benoît, co-gérant polyvalent de Chloro'Fil

Cet extrait montre l'importance que Benoît accorde au statut de gérant même s'il évoque des conditions difficiles avec un retour en arrière.

Ainsi, le processus de mobilité sociale apparaît essentiellement subjectif. La perception de ce processus de mobilité sociale est clairement liée à des aspirations et un style de vie. Si ce processus s'observe est homogène chez les gérant·e·s-polyvalent·e·s et les gérant·e·s-exploitant·e·s, cette position n'est pas partagée par les enquêté·e·s qui choisissent de rester salarié·e et de ne pas ouvrir leur salle de fitness.

« Alors monter ma salle, jamais. Enfin j'y ai pensé mais la réflexion a été très rapide, je me suis dit...Et bien justement, mes patrons que j'avais au tout début, en fait ils se sont rencontrés en formation. Lui était prof et elle était élève. Ils se sont rencontrés en formation et il lui a dit « Écoute, moi j'ai envie de monter une salle, viens avec moi après ton diplôme, on monte la salle ». Ça m'a marqué à vie parce qu'elle m'a dit « Écoute, ça fait 15 ans que je suis dans la salle, je n'ai pas évolué. Je gagne des pâquerettes, je gagne la même chose que si j'étais caissière au Leclerc ». Et puis ils sont toujours dans leur salle. Donc là je me suis dit jamais. »

Marion, salariée

Marion, issue d'une famille du pôle culturel de la classe moyenne, ne valorise pas une éthique de l'indépendance. D'ailleurs très vite, elle fait le choix d'une modalité spécifique d'exercice du métier en s'orientant vers le secteur associatif. De loin beaucoup plus rémunérateur, le travail en association permet le plus souvent d'obtenir les congés scolaires et des conditions de vie moins contraignantes.

« En salle j'étais payée allez on va dire 1200-1300 € net, on avait quelques primes en fonction des abonnements, des choses comme ça de temps en temps donc voilà et en associations je suis payée... je tourne entre 1600 et 2000 € pour moins d'heures par semaine, donc forcément... Non parce que je suis en CDI annualisé donc en plus je travaille... Les vacances scolaires, c'est moi qui choisis donc si je travaille une semaine sur les deux, ou tout, ou pas du tout, juillet et août je ne travaille pas du tout et je suis quand même rémunérée donc je suis annualisée donc pour moi je n'ai pas de perte de salaire. Après il y a des périodes qui sont plus importantes que d'autres mais pour moi, à choisir en termes financiers, il n'y a pas photo, ça c'est clair. »

Marion, salariée

En faisant le choix de valoriser ses compétences professionnelles de manière rentable, Marion privilégie les conditions de rémunérations et des conditions de vie plutôt que l'engagement corps et âme (Wacquant, 2000). Elle se positionne de manière atypique avec Guillaume, Alban et Véronique (dans une moindre mesure) par rapport à la population de l'enquête, ce qui vient témoigner de la pluralité des modes de socialisation professionnelle, de leurs effets sur la constitution d'un ethos spécifique.

Ouvrir sa salle de fitness apparaît une des possibilités de maintien dans la carrière fitness. A l'instar, d'autres modalités d'exercice du métier, (Charissou, 2019) la carrière fitness s'avère particulièrement englobante (Wacquant, 2000; Bertrand, 2011), autant pour ceux·elles qui font le choix d'ouvrir leur salle que pour ceux·elles qui se spécialisent dans une marque de renommée internationale. Pour des raisons différentes, les professionnel·le·s du fitness indépendant·e·s ou salarié·e·s s'engagent de manière inconditionnelle dans un métier de passion.

Les conditions favorables à l'ouverture d'une salle de fitness correspondent à la valorisation d'un ethos commun aux enquêté·e·s et nécessitent la possibilité de mobiliser un capital

économique. Le processus de reclassement social s'avère cependant davantage symbolique qu'économique. La réalisation des aspirations professionnelles s'effectue souvent lors de ruptures biographiques permettant une mobilité sociale et une trajectoire ascendante pour les enquêté·e·s. La valorisation d'un ethos commun prend naissance dans des contextes différents selon les enquêté·e·s, la socialisation familiale mais aussi sportive participe à ce système de valeurs « cette morale devenue hexis, gestes, postures » (Bourdieu, 1984, p. 133). L'ethos particulier des enquêté·e·s qui structure leur engagement dans le métier de gérant·e se traduit par des modes de gestion spécifiques. Ils s'apparentent à des méthodes artisanales et traduisent une forte division sexuée du travail et des compétences. Ces dernières participent ainsi à rétablir les inégalités de genre, absentes des modes d'engagement dans la carrière fitness. Se maintenir dans la carrière et le passage à l'indépendance rétablit de cette façon la hiérarchie entre les sexes.

PARTIE 3

MODALITÉS SPÉCIFIQUES D'EXERCICE DU MÉTIER : ENJEUX ÉCONOMIQUES ET DIVISION SEXUÉE DU TRAVAIL

A la lecture de différentes enquêtes sur le travail artisanal (Zarca, 1986, 1988; Bertaux-Wiame, 2004; Cognie & Aballéa, 2010) des similitudes apparaissent avec le mode de gestion des enquêté·e·s, notamment chez les gérant·e·s-polyvalent·e·s. Les études sur l'artisanat français (Gresle, 1981; Zarca, 1988), mettent en évidence une « *idéologie de l'indépendance* » (Gresle, 1981) et « *une mentalité artisanale traditionnelle* » (Zarca, 1988). De ce point de vue les artisans adopteraient des comportements économiques souvent plus en rapport avec leurs objectifs et ambition sociale (indépendance, liberté) qu'avec les orientations ou les contraintes du marché, cette tendance s'observe également chez les enquêté·e·s.

Si la valorisation des dispositions entrepreneuriales et un ethos commun d'indépendance, une culture commune du travail intensif et les modalités d'engagement dans la carrière ont été évoqués dans la partie précédente, d'autres caractéristiques témoignent de la proximité entre artisanat et ces professionnel·le·s du fitness. Ainsi, la multiplicité des postes de travail, la valorisation d'un corps outil de travail et un style de vie orienté vers l'activité professionnelle sont les principaux arguments qui permettent de spécifier ces modalités d'exercice du métier comme artisanale.

Le travail en couple sous différentes formes vient renforcer cette perspective qui lie enjeux économiques et division sexuée du travail. L'analyse de celle-ci au cœur du système d'opposition binaire « féminin/masculin » propose un éclairage de la force des intériorisations précédemment vécues et de leurs variations lors des interactions selon le contexte professionnel (travail en couple privés et professionnels, couples professionnels). Elle apparaît particulièrement intéressante à prendre en compte tant les sphères privée et professionnelle sont imbriquées dans ces modalités spécifiques d'exercice du métier. Pour être complète, cette perspective implique également de regarder ce qui se joue dans la sphère privée. En effet, particulièrement imbriquées et poreuses dans l'enquête, les sphères privées et professionnelles nécessitent d'être questionnées pour saisir les enjeux économiques d'un travail « complémentaire » au sein des couples. En effet, au-delà de la mobilisation familiale nécessaire au passage à l'indépendance, c'est bien un rapport de pouvoir (visible et/ou invisible) qui s'instaure au sein des couples quant à la distribution des rôles et des tâches, travail et hors travail, assignées à chaque sexe. Les normes hétérosexuelles très prégnantes dans le sous champ valorisent une forme d'hétéro-normativité dont la « complémentarité entre les sexes » si souvent évoquée par les enquêté·e·s, en est l'expression la plus essentialisée. La répartition des tâches professionnelles plus ou moins prestigieuses liée à la naturalisation des compétences renforce, derrière ces modalités d'exercice du métier, les inégalités sexuées classiques dans le monde du travail en général (Julhe & Honta, 2012) et, spécifiquement dans le travail

indépendant (Abdelnour et al., 2017). Cependant, les enjeux économiques impliquent une flexibilité importante, et lorsque la complémentarité sexuée n'est pas possible, d'autres formes de répartition du travail apparaissent. La part respective des capitaux détenus par chaque membre du couple professionnel arbitre cette nouvelle répartition. Par conséquent, le type des tâches (encadrement des clients, et gestion de la salle) sous-tend des logiques sociales et sexuées, que les capitaux viennent nuancer.

Certaines compétences professionnelles se développent au cours de la carrière, elles mobilisent des dispositions de genre au cours des interactions qui révèlent l'importance de la structure émotionnelle de celles-ci. Le travail proposé par Hochschild (2017) permet de se questionner sur ce « travail émotionnel ». Dans le contexte d'un échange économique-affectif⁹¹, croiser les structures de classes, de genre et le travail émotionnel révèle l'usage politique et économique des sentiments. La séduction, caractéristique de ce travail émotionnel et relationnel, évoquée par les agent·e·s du sous champ comme une véritable compétence professionnelle, participe ainsi à structurer les échanges entre les pratiquant·e·s/client·e·s et les professionnel·le·s. Cette règle fait partie du jeu et rappelle la force de l'hétéronormativité (Butler, 2006; Clair, 2012b) prédominante dans les rapports sociaux de sexe. Mélanie Gourarier (Gourarier, 2021) précise que le terme recoupe depuis le XVIII^e siècle les notions de « charme » et de « plaire », l'action de séduire et le fait d'être séduisant·e regroupent ainsi des qualités morales et des qualités physiques. Cette acte ordinaire, quotidien est presque imperceptible, « « ordinaire » comme la labilité des formes et des signes, voire leur inconsistance : une expression infime du visage, un plissement du visage, des frôlements anodins, des points d'inflexion du corps, l'effluve d'un parfum, les harmoniques d'une voix » (Farge, Dauphin, 2001, p.8). L'autrice rappelle que la séduction repose sur le doute qu'elle insinue mais n'est pas dénuée de sens. Il s'agit bien d'un acte social portant d'autres fonctions et enjeux que sa finalité supposée : la rencontre sexuelle et amoureuse. La séduction ne se réduit pas uniquement à « exprimer et engendrer le désir pour l'autre » (2021, p.600) et suppose des usages distincts selon les espaces sociaux et les rapports privés et/ou publics, comme en politique (C. Dauphin & Farge, 2001).

L'idée que le corps qui charme est un corps animé, un corps en mouvement est particulièrement intéressant pour déconstruire la séduction et ses techniques dans un sous-champ où celui-ci est l'enjeu spécifique. Partant de ce point de vue, les stratégies de présentation de soi peuvent être

⁹¹ Paola Tabet (1998) évoque les échanges économique-sexuels comme un rapport social transversal à la construction sociale de l'inégalité entre les sexes. Ici, l'échange économique-affectif fait référence à ce qui s'échange entre un professionnel et ses clients (Blum, 2013).

objectivées selon trois dimensions : corporelle, économique et relationnelle. L'apparence concourt à recevoir une valeur sur le marché du travail (Amadiou, 2002; Neys, 2007) et ne concerne pas uniquement les professions féminines de présentation et de représentation (Bourdieu, 1979).

Le premier chapitre vise à préciser la modalité d'exploitation artisanale proposée par une grande majorité d'enquêté·e·s pour comprendre comment se fait la répartition du travail au sein de ces couples professionnels et privés ou uniquement professionnels. Le deuxième chapitre propose une analyse de la division sexuée du travail d'encadrement des client·e·s et de gestion de la salle. Le dernier chapitre propose de mettre au jour l'acquisition de nouvelles compétences professionnelles spécifiques au sous champ. Ces processus génériques aux enquêté·e·s se regardent au prisme des interactions corporelles à savoir la mise en scène du corps, la performativité du genre (Butler, 2006) et les asymétries professionnelles liées à ces nouvelles compétences dans le contexte professionnel. La séduction vient compléter cette perspective en tant que ressource, à la fois corporelle et comportementale, que les enquêté·e·s mobilisent de manière différenciée.

CHAPITRE 6. UN MODE DE GESTION ARTISANAL

Les données attestent d'une forte convergence avec les résultats des enquêtes sur le travail artisanal (Bertaux-Wiame, 2004; Bessière & Gollac, 2007; Cognie & Aballéa, 2010). Elles révèlent deux modalités de gestion des salles de fitness. La première correspond à la façon de faire des artisan·e·s/indépendant·e·s qui travaillent en couple (Bertaux-Wiame, 2004; Bessière & Gollac, 2007), et la deuxième, plus proche des méthodes de développement du fitness industriel (Andreasson & Johansson, 2018) se retrouve pour les salles franchisées (à la marge dans l'enquête).

Les enquêté·e·s présentent donc un ensemble de points communs qui les relient avec des modes de gestion qui s'apparentent à ceux des petites entreprises artisanales : une culture commune du travail et de l'engagement, la valorisation d'un ethos entrepreneurial, la multiplicité des tâches au sein de l'entreprise, la mobilisation du capital corporel⁹². D'autre part, le passage à l'indépendance se fait rarement de manière solitaire. Ce projet mobilise bien souvent le·la conjoint·e, de manières différencié·e·s, et/ou des appuis familiaux ou relationnels (financiers par exemple). Dans l'enquête, le travail en couple représente une particularité importante et mérite d'être questionnée pour bien comprendre ce qui se joue dans le couple au travail et la façon dont l'entreprise *travaille* le couple.

6-1 La multiplicité des tâches, « nous, on fait tout »

A la fois éducateur sportif et gérant, ces enquêtés se caractérisent par une polyvalence professionnelle apprise « sur le tas », comme c'est le cas dans les petites entreprises de tourisme sportif, marquées par le rôle central des dirigeants qui exercent au moins 4 fonctions au sein de leur entreprise (Bouhaouala, 2008), au même titre que d'autres travailleur·euse·s sportif·ive·s (Dubois & Terral, 2011a).

⁹² Ce point est développé dans la partie 4

« Ça demande beaucoup de travail et aussi des connaissances avec les gens pour (hésitation) parce qu'en fait si on est sur une petite structure il faut être très attentif, il y a beaucoup de petits postes et on fait beaucoup de petites choses donc à chaque fois c'est le contact administratif, le contact comptabilité, le contact...et ça ça s'apprend. »

Nicole, co-gérante polyvalente de Gym Land

Fièr·e·s d'exprimer leur mainmise sur l'ensemble de la chaîne de production du service sportif qu'il·elle·s proposent, les enquêté·e·s relativisent sur le manque de compétences auquel ils doivent faire face. Les difficultés à se développer de ces petites structures renvoient au caractère atomisé des acteurs (Revéret, 2004) dont fait état Serge. Du renseignement client, jusqu'à la conception d'un programme sportif personnalisé en passant par le ménage et la comptabilité, les gérant·e·s-polyvalent·e·s « font tout » : *« si ce n'est pas en intérieur c'est en extérieur. Il faut entretenir l'extérieur, le bâtiment. C'est moi qui ai tout planté, la terrasse, tout. »* (Pierre). Serge explique avec lucidité la réalité de ce mode de gestion spécifique et souligne les différences fondamentales qui opposent ces enquêtés à d'autres modes de gestion plus compétitifs.

« Il y a des problèmes de gestion parce que très fréquemment, les gérants sont à la fois le prof, à l'accueil, ils sont femme de ménage, ils sont comptables, ils sont tout donc à un moment donné la gestion c'est ce que l'on fait à part et quand on est crevé, qu'on est fatigué, on remet ça à demain et on ne peut pas. La compta c'est quelque chose qui se tient de façon soutenue, régulière et pointilleuse et puis comme le reste donc ça on l'apprend des fois à nos dépends, on essuie les plâtres et puis il faut devenir gestionnaire. »

Serge, co-gérant polyvalent de Gym Land

De ce point de vue, l'ensemble des gérant·e·s-polyvalent·e·s se rejoint sur cette multiplicité de tâches nécessaires à la gestion de la salle de fitness. Il·elle·s sont 9 sur 15 gérant·e·s-polyvalent·e·s à disposer d'une formation initiale courte, donc moins bien préparé·e·s à assurer un travail de gestion de la salle⁹³. La formation au diplôme sportif pour devenir éducateur·rice

⁹³ De ce point de vue, comme pour d'autres travailleur·euse·s sportif·ive·s (Dubois & Terral, 2017), plus la dotation en diplômes scolaires est élevée plus la pérennité de l'entreprise peut être assurée, notamment lorsque ces dernier·ère·s sont issues de la filière STAPS.

sportif·ve survole⁹⁴ les compétences liées à la réglementation et à la gestion d'une entreprise compte tenu d'un cœur du métier davantage lié à l'intégrité physique du·de la pratiquant·e. Ainsi, lors de l'ouverture de la salle, la grande majorité des enquêt·e·s ne possèdent pas les ressources et les compétences nécessaires à l'exploitation et au développement d'une entreprise.

« Il faut gérer aussi toute la société, et c'est très lourd quand même, je m'étais pas rendu compte de toute la lourdeur que ça... vraiment. C'est très très lourd parce qu'administrativement on nous demande des trucs, c'est, donc voilà j'ai mis du temps à m'y mettre mais ça y est maintenant ça roule bien. »

Martine, gérante polyvalente d'Équinoxe

L'apprentissage se fait sur le tas, avec parfois quelques appuis extérieurs (société de comptabilité, agence de communication pour la création d'un site internet), mais globalement la publicité, le marketing se font via des moyens gratuits tels que les réseaux sociaux.

« Et bien on a pris une entreprise qui nous fait, qui nous a fait un site internet, qui nous fait ce qu'on leur demande en fait. On veut des flyers, on travaille avec eux sur les flyers, ils nous les font mais après on ne fait pas de communication. Notre communication c'est notre grand mur vert dehors. Et internet, Facebook, le site internet. »

Laura, co-gérante polyvalente de Vita Forme.

Ces stratégies de communication ne sont pas très élaborées comparativement à celles déjà présentes dans le sous champ dans les années 90 (Bessy, 1990), qui concernaient les grandes salles parisiennes franchisées. Dans le cadre de l'enquête, et surtout chez les gérant·e·s polyvalent·e·s non franchisé·e·s, les stratégies de communication s'apparentent à ce qui a été évoqué pour les artisans (Zarca, 1988). La démarche commerciale passe par un marketing succinct, une mise en adéquation entre l'offre de service et les attentes du public. Gage d'efficacité, « l'authenticité » de l'engagement rend compte de la mise en place de ces stratégies non reconnues en tant que telles (Ohl, 2000). La valorisation du « bouche à oreille » (Cognie & Aballéa, 2010) participe à construire une réputation locale.

⁹⁴ Cet élément n'est pas issu des entretiens mais de la connaissance du milieu de l'enquêtrice qui a obtenu le BEES MDF.

La relation de proximité avec le·la client·e rapproche aussi les enquêté·e·s des artisan·e·s. Florence Cognie et François Aballéa (2010) précisent que le monde de la grande entreprise et celui de la Très Petite Entreprise (TPE), autrement dit les entreprises artisanales, tend à adopter des positions de moins en moins éloignées. Les artisan·e·s valorisent l'esthétique et l'ergonomie des magasins, ce qui était davantage une caractéristique des grandes entreprises. Et ces dernières « horizontalisent » le département marketing, dit autrement, elles redéfinissent le·la client·e en individu non plus seulement en tant qu'indicateur. Cette relation horizontale et non plus verticale se traduit par le soin apporté aux client·e·s (Cognie & Aballéa, 2010). Cependant, un avantage subsiste au profit des artisan·e·s celui de la connaissance « biographique » des client·e·s issue d'une relation directe avec eux.elle.s, ceci permet d'adapter l'offre et le service.

« Bien sûr il y a la relation humaine qui est très importante, c'est le liant et puis toutes ces personnes qui sont là et puis après ma clientèle, souvent on dit que tu as une clientèle qui te correspond et tu as une clientèle qui va avec toi, qui te ressemble, et souvent c'est vrai parce que toutes les clientes que j'ai, je ne sais pas pourquoi, ce n'est pas l'aspect financier mais j'ai l'impression que ça colle bien. Il y a un bon feeling, un partage, quelque chose. Pour moi, c'est avant tout une relation humaine, de partage. »

Sandrine, gérante polyvalente de Zen Studio

Le partage et la dimension sociale apparaissent comme des éléments fondateurs de cette culture commune aux enquêté·e·s, et aux artisan·e·s de manière plus large. Elle n'est pas réservée aux plus ancien·ne·s dans le métier, Marc et Bertrand, dont la salle est ouverte depuis 5 ans, évoquent ce qui colore leur métier d'une satisfaction symbolique.

« Maintenant que j'ai connu là, ce serait difficile par exemple en ville, une grosse salle citadine où on est là vraiment pour jeter le cours et c'est tout. J'aime bien le lien qu'on a avec le client. Dans une salle en ville, on ne peut pas prendre deux heures pour faire un entretien avec quelqu'un. »

Marc, co-gérant polyvalent de My'Fit

L'artisan·e bénéficie d'une image positive dans le grand public mais il·elle n'est pas perçu·e comme innovant·e, son ancrage local et social, la valorisation de la proximité

sont considérés comme inadaptés à la globalisation, et sont perçus comme un symbole de repli sur soi et d'enfermement (Cognie & Aballéa, 2010). Les travaux portant sur l'artisanat montrent que cette dimension du métier se fonde sur des réseaux de sociabilité privilégiant des relations de face à face ou faiblement médiatisées. Dans ce contexte la transaction, l'ajustement réciproque sous-tend un nombre de réflexions sur la « responsabilité sociale » de l'entreprise vis à vis de l'environnement et de ses client·e·s. Cette dimension constitue pour les enquêté·e·s un axe fort de leur engagement au quotidien, comparable à l'engagement sportif, les valeurs et l'éthos commun s'organisent autour du partage, de la convivialité, et du don de soi.

« Oui déjà et puis surtout moi ce que je..., ce sont les valeurs du sport, moi je suis sportif. C'est transmettre les valeurs du sport, le partage, la convivialité (...). J'en ai qui viennent uniquement pour prendre le café, pour discuter, voir du monde. Voilà, c'est un lieu, c'est un lieu de rencontre, un lieu de partage, voilà. Après, je suis conscient que je n'ai pas que des sportifs, voilà, il faut faire avec, mais il y a une ambiance qui fait qu'il y a des gens qui viennent ici parce que justement il y a ce lien, il y a cette ambiance. »

Pierre, gérant polyvalent de Top Forme

Cet extrait illustre à la fois cette dimension sociale envisagée par les gérant·e·s polyvalent·e·s afin de créer un lien de proximité et une relation avec le·la client·e basée sur la sympathie et la convivialité. Comme l'expose Pierre, ce rapport au client renvoie à sa socialisation sportive. Sa manière de gérer sa salle s'insère par ailleurs dans un style de vie centré sur son métier, où les client·e·s constituent finalement ses relations sociales. Et, la façon dont Franck a intériorisé cet habitus sportif ; son style de vie participe à la façon dont il gère sa salle de fitness. L'adéquation entre le passé incorporé et son ethos professionnel favorise son engagement au travail. Cette perspective est caractéristique des enquêté·e·s gérant·e·s-polyvalent·e·s indépendant·e·s. L'importance de cet ancrage social et local passe également par une reconnaissance des compétences professionnelles.

« Et le fait qu'il y ait un peu de reconnaissance, ça fait vraiment du bien parce qu'on reconnaît un peu notre travail. Tout le travail qu'on a fait en amont il y a 2-3 ans, ça commence à porter ses fruits parce qu'ils ont entendu parler qu'il y avait

une bonne ambiance, parce qu'ils ont entendu parler qu'on prenait les gens en charge, qu'il y en avait qui avaient des résultats, ça y est, ça arrive enfin »

Marc, co-gérant polyvalent de My'Fit

Le maintien de l'activité est possible par une présence continue dans le sous champ et un investissement sur le long terme mettant en jeu des réseaux de proximité, « *c'est une démarche à long terme qui s'ancre profondément dans la fidélisation par rapport à l'échange, par rapport à la dimension relationnelle qui pour nous est capitale. Mais je ne m'inscris pas dans cette démarche là, dans le quantitatif à outrance, ce n'est pas du tout...* », (Serge, co-gérant polyvalent de Gym Land).

Le capital social et symbolique s'accumule tout au long des années, la réputation de la salle est associée aux compétences professionnelles des gérant·e·s-polyvalent·e·s et à la prestation proposée, son efficacité. Ainsi, le temps de présence dans le sous-champ ainsi que le nombre d'adhérent·e·s sont à considérer comme les éléments principaux d'une reconnaissance symbolique.

« Ah oui, j'ai des clients, et j'ai beaucoup de clients, qui me suivent depuis le départ, depuis le départ. Je sais que j'ai une bonne réputation, je pense, on me le dit souvent, je vais finir par le croire. Voilà, transmettre. Enfin moi je n'attends rien en retour mais à partir du moment où moi je vais réussir professionnellement, ce sera ma fierté, ma récompense, que je sois obligé de monter les abonnements pour limiter le nombre de personnes. Non, c'est quand même important J'ai apporté ma signature et voilà, c'est dommage que ma fille, bon elle part sur une autre voie. »

Pierre, gérant polyvalent de Top Forme

Les enquêté·e·s sont unanimes et cherchent tou·te·s à « faire date », laisser une trace de leur compétence, une signature, « imposer sa marque » (Bourdieu, 1977). Pour les artisan·e·s, et surtout lorsqu'il s'agit de « lignée » familiale, la question de la transmission du patrimoine économique ou des biens symboliques, tel la réputation constitue un enjeu important. Dans le secteur de la viticulture, comme le montrent Céline Bessière et Sybille Gollac (2007), cette transmission du patrimoine s'envisage de manière sexuée. Cette question de la transmission, cruciale comme chez les artisan·e·s boulanger·ère·s, les viticulteur·rice·s, ne paraît pas importante dans l'enquête.

A l'exception de cette question de la transmission, le mode de gestion adopté par les gérant·e·s polyvalent·e·s se rapproche beaucoup de celui de l'entreprise artisanale. Un autre élément les réunit, qui les distingue cette fois en partie des artisans : si l'on peut considérer qu'ils exercent aussi un métier manuel, dans leur cas, c'est tout leur corps qui constitue leur outil de travail. La mobilisation du capital corporel en est un qui paraît relativement importante puisque le corps⁹⁵ est au cœur de l'enjeu spécifique au sous-champ.

Culture commune, relation privilégiée au·à·la client·e, ancrage local de l'entreprise, reconnaissance symbolique du capital spécifique des gérant·e·s, polyvalence et engagement corporel dans l'exercice du métier sont autant d'éléments qui spécifient le travail artisanal tout comme le travail en couple.

6-2 Le travail en couple

Les travaux effectués sur l'artisanat mettent en évidence une caractéristique propre à cette modalité de gestion de l'entreprise, celle du travail en couple (Bertaux-Wiame, 2004a). Particulièrement saillante dans l'enquête, la part de gérant·e·s travaillant en couple concerne la moitié du terrain de recherche (9 salles sur 18, 14 enquêtés sur 25). Ainsi, cette sur-représentativité du travail en couple renforce les similitudes avec une modalité de gestion artisanale des salles de fitness. Cependant, les couples présentent des différences entre eux et en leur sein : couple privés et professionnels, couple professionnels, couples mixtes ou non. Le travail en couple concerne largement les gérant·e·s-polyvalent·e·s, mais peut concerner également un autre modèle, celui du·de·la patron·ne/salarié·e. Aussi, il est nécessaire de se demander si le travail en couple est une modalité de gestion particulière ? Quels en sont les inconvénients et les avantages ?

6-2-1 Les caractéristiques des différents types de couple

Les couples travaillant ensemble sont de différents types : professionnels, privés et professionnels, mixtes ou non. Le travail en couple s'observe dans les différents types de salles franchisées ou indépendantes.

⁹⁵ Cette partie est largement détaillée dans la partie 4.

Salles	Enquêté·e·s	Statut	Profil de Couple	Taille de la salle	Profil de salle
Gym Land	Nicole	Co-gérant·e·s Polyvalent·e·s	Privé (mariés puis divorcés) et professionnel	Petite	Familial
	Serge				
Vita Forme	Mathieu	Co-gérant·e·s Polyvalent·e·	Privé et professionnel	Moyenne	Familial
	Laura				
Oxygène	Delphine	Gérante polyvalente	Privé (séparé maintenant) et professionnel	Moyenne	Dynamique
	Nicolas	Salarié			
Top Forme	Pierre	Co-gérant polyvalent	Privé (10 ans) et professionnel	Grande	Dynamique
	Isabelle	Salariée			
My Fit	Marc	Co-gérant polyvalents	Professionnel 2 frères	Petite	Familial
	Bertrand				
Chloro Fill	Florent	Co-gérant polyvalents	Professionnel	Petite	Familiale
	Benoît				
Fit' Form Oxap	Jérôme	Co-gérant salarié polyvalent	Professionnel	Grande	Dynamique
	Bastien	Co-gérant majoritaire			
Fit' Form Montplaisir	Sophie	Co-gérante polyvalente	Professionnel	Moyenne	Dynamique
	Paul	Co-gérant			
Forméo	Véronique	Salariée	Privé et professionnel	Grande	Dynamique
	M. Langlois	Co-gérant			

Tableau N°29. Caractéristiques des différents profils de couple

Parmi les enquêté·e·s, on compte 5 couples privés et professionnels et 4 couples professionnels dont 1 mixte. Les couples professionnels sont composés essentiellement d'hommes, tous co-gérants polyvalents. Seuls 3 co-gérants ne sont pas polyvalents, plutôt dans les grandes salles, on peut donc noter que le travail en couple ne concerne pas uniquement les salles exploitées sur un mode artisanal. Le profil des couples permet de comprendre comment les enquêté·e·s

justifient cette « complémentarité » indispensable aux entreprises artisanales (Bertaux-Wiame, 2004a).

6-2-1 Une « complémentarité » basée sur les capitaux

La complémentarité sentimentale pour les couples privés diffère lorsqu'il s'agit des couples uniquement professionnels. Sans mêler l'intime dans leur relation, c'est bien d'une association dont il s'agit autour d'une culture commune et d'objectifs partagés. Ainsi, une synthèse des éléments qui relient ces couples s'avèrent nécessaire pour mieux percevoir la complémentarité que les enquêtés évoquent lors des entretiens.

Enquêté·e·s	Statut	Profil de Couple	Capital spécifique	Capital scolaire	Capital Economique
Nicole	Co-gérant·e·s Polyvalent·e·s	Privé (divorcés) et professionnel	BEAECPC	Bac	50%
Serge			BEAECPC	Bac	50%
Mathieu	Co-gérant·e·s Polyvalent·e·s	Privé et professionnel	BPJEPS AGFF	Cap menuiserie	50%
Laura			BPJEPS AGFF	Licence STAPS	50%
Delphine	Gérante polyvalente	Privé (séparé maintenant) et professionnel	BEES MDF	Bac + 2 Vente	100%
Nicolas	Salarié		BP JEPS AGFF	Bac	/
Pierre	Co-gérant	Privé (10 ans) et professionnel	HACUMSESE	Bep/Cap Tourneur fraiseur	60%
Isabelle	Salariée		NR	NR	/
Marc	Co-gérants polyvalents	Professionnel 2 frères			50%
Bertrand					50%
Florent	Co-gérants polyvalents	Professionnel	BPJEPS AGFF	Bac	50%
Benoît			BEAECPC	/	50%
Jérôme	Co-gérant salarié polyvalent	Professionnel	BPJEPS AGFF	/	35%

Bastien	Co-gérant majoritaire		/	Licence Staps Management	65%
Sophie	Co-gérante polyvalente	Professionnel	DEUST MDF	Bac+ 2 STAPS	50%
Paul	Co-gérant		NR	NR	50%
Véronique	Salariée	Privé et professionnel	HACUMESE	Maîtrise STAPS	/
M. Langlois	Co-gérant		/	NR	NR avec des associés

Tableau n°30. Part respective des capitaux détenus par les membres des différents types de couples

La complémentarité se distribue au travers des différentes espèces de capitaux nécessaires pour maintenir cette carrière dans le fitness. Deux types de complémentarité se perçoivent, celle relative au capital spécifique et/ou capital économique, donc matérielle, et celle plus difficile à objectiver qui relève de l'intime et de la mobilisation conjugale. Ces deux complémentarités distinguent donc les couples privés et professionnels des couples uniquement professionnels.

Pour les couples professionnels, la répartition des capitaux offre une complémentarité des compétences et / ou une complémentarité économique. C'est le cas pour Sophie et Paul, Jérôme et Bastien.

« En fait on avait deux profils complémentaires, il avait le côté administratif, comptabilité etc... et moi le côté sportif. Là-dessus on s'est entendu et on a mis en place l'association. On a pris nos habitudes avec Bastien, on se voit tous les matins, on prend un café toujours après le ménage, on a des habitudes de vieux couple, on va papoter tranquille »

Jérôme co-gérant polyvalent de Fit'Form Oxap

Jérôme évoque ici, le capital scolaire détenu par son associé pour s'occuper du travail de gestion de la salle. Pour lui qui détient un capital spécifique significatif, c'est le travail d'encadrement des clients qui sera majoritaire. De plus, Bastien dispose d'un capital économique supérieur à celui de Jérôme et nécessaire au projet d'ouverture de la salle. Seul, Jérôme comme Bastien, n'aurait pas pu concrétiser leur projet, et s'ils poursuivent des objectifs distincts, « Bastien, lui

c'est sa totale activité, maintenant il veut investir dans plusieurs salles, il veut faire du business quoi », ils arrivent, grâce à cette complémentarité, à assurer l'exploitation d'une salle qui mêle convivialité et profit économique : ces deux trentenaires ont trouvé un équilibre.

Pour Sophie et Paul, la complémentarité s'inscrit dans une configuration similaire mais avec un investissement à parts égales. Sophie bénéficie des dispositions et du capital spécifiques nécessaires au travail d'encadrement des clients, son associé dispose de compétences avérées en matière de gestion, *« il a la première franchise qu'il a toujours, ensuite il en a pris plusieurs, il en a achetée, il en a revendues, donc là pour l'instant il en a avec celle-ci trois plus une quatrième qu'il va bientôt ouvrir normalement »*. Ainsi la complémentarité se fait entre Sophie, jeune et plus intéressée par le travail sportif et son associé plus âgé qui se centre sur le travail de gestion à distance. Sophie gère le quotidien de la salle et son associé le côté financier, *« (mon associé est) un peu comme mon papa, mon papa du sport, mon papa du travail. Un peu paternel, ouais ouais, c'est ça, il me pose un peu, quand il voit que je suis trop dans le... calme toi, ou fais ça, toi tu fais ça, tu fais ça, ou fais pas ça »*.

Ainsi, dans les couples professionnels la complémentarité « intuitive » relevant d'une interdépendance affective ne s'observe pas. C'est la complémentarité des différentes espèces de capitaux, donc des ressources mobilisables et nécessaires à la gestion de la salle qui vont servir cette ambition autour d'une culture commune. Cette complémentarité est recherchée avant la création de l'entreprise, l'association vise à valoriser les compétences de chacun.e pour assurer une mobilité dans l'espace social. Ainsi, cette forme de projet, déjà présente chez les couples privés dans l'artisanat, est caractéristique de cette modalité de gestion, ils recherchent pour le bien de la famille et du couple une amélioration du statut social (Bertaux-Wiame, 2004a). Pour les couples uniquement professionnels, le projet de mobilité sociale (à titre personnel) se double du développement de l'entreprise. Ainsi, se mettre à son compte, de ce point de vue, peut relever autant d'une « affaire de famille » que d'une « affaire de couple ».

Pour les couples privés et professionnels, la complémentarité se fait de manière « naturelle », les couples hétérosexuels présentent le travail en couple comme un plaisir, *« le plaisir de travailler ensemble »* (Baptiste, co-gérant polyvalent de Vite forme). Ils sont 5 couples à travailler ensemble, 2 couples sont séparés et un couple continue à travailler ensemble.

« Au départ, c'était tous les deux tout et intuitivement, franchement, vraiment, il y avait une espèce d'osmose, d'intuition, de ce qu'on avait à faire au moment où il

fallait le faire, chacun voyait, tac tac tac tac. Il y a eu un moment, ça n'a plus été possible comme ça parce qu'évidemment ça s'est accru, il y a eu plus de monde, il y a eu le collectif, il y a eu voilà tout ça donc ça a été compliqué. Mais là on s'est réparti les tâches maintenant pour le coup, bien sûr mais au départ non, ça n'a pas été difficile. »

Serge, co-gérant de Gym Land

Le travail en couple se présente comme une force, un atout basé sur la complémentarité et la manière de faire commune. Il permettrait donc de se compléter, de se reposer l'un sur l'autre et d'avoir confiance. Cette complémentarité rend possible une gestion plus efficace au quotidien, une flexibilité immédiate, presque « intuitive », ce qui rapproche encore davantage ce mode de gestion de celui que l'on retrouve chez les artisan·e·s (Bertaux-Wiame, 2004a).

« C'est un peu dur des fois, mais... Parce qu'on a deux caractères quand même un peu trempés, mais après ça va. Quand un s'est calmé, ça passe mais c'est vrai que des fois c'est chiant. C'est bien mais... Oui parce qu'on se complète bien. Oui c'est un atout. On ne se serait pas organisé pareil si on n'était pas en couple. »

Laura, co-gérante polyvalente de Vita Forme

Lorsque Isabelle Bertaux-Wiame (2004) étudie l'installation artisanale, la modalité conjugale mise en œuvre dans l'entreprise est considérée comme spécifique aux artisan·e·s. Elle propose trois modèles : le couple de travail, le couple conjugal et le couple professionnel qui distinguent trois modalités de participation féminine à l'installation, trois modalités de division sexuée du travail qui évoluent selon le parcours. Majoritairement le fait d'hommes, l'auteurice analyse la participation des conjointes à la création de ces petites entreprises artisanales. Elle relève une inégalité de statuts, un rapport commun mais inégal à l'entreprise, une division sexuée du travail qui s'inscrit autant dans des logiques professionnelles que des logiques relevant de l'intime et des valeurs du privé. Elle précise donc que la relation conjugale d'interdépendance affective possède une visée commune : construire pour le couple et pour la famille un meilleur statut social. L'intérêt n'est pas ici de comparer stricto sensu deux populations de couples au travail mais de mettre en évidence les liens qui existent entre travail en couple et modalités de gestion d'une entreprise artisanale.

Dans l'enquête la possibilité de se mettre à son compte ne concerne pas exclusivement les hommes, elles sont 3 co-gérantes et 1 gérante à travailler en couple. L'inégalité des statuts est

présente mais n'est pas systématiquement en défaveur des femmes comme c'est le cas pour les artisans boulangers (Bertaux-Wiame, 2004a), ou encore les agriculteurs (Samak, 2017). Relatif à un engagement financier, le statut met en évidence une position au sein de l'entreprise spécifique, elle peut être égale ou hiérarchique. L'égalité de statut correspond à la co-gérance, avec un engagement financier équivalent, chaque co-gérant·e possède un statut juridique et une position au sein de l'entreprise bien établis. Dans le cas des couples au travail qui ne possèdent pas le même statut dans l'entreprise, gérant·e et salarié·e, la relation hiérarchique est difficile à gérer pour les couples qui sont à la fois privés et professionnels.

« Là on travaille en couple. Ce n'est pas toujours évident à gérer (rires). Oui, donc voilà, déjà c'est moi la patronne donc du coup ... Et pas facile parce qu'il est mon salarié, pas facile parce que du coup pour moi c'est du tout nouveau au niveau gestion des cours et tout ça, ça il n'y a pas de soucis mais après gestion de la salle, enfin voilà il y a pas mal de stress. »

Delphine, gérante d'Oxygène

L'accompagnement du conjoint dans le projet de création de la salle de fitness est envisagé dès l'entrée dans le métier pour Nicolas. En effet, Delphine est déjà professionnelle dans le sous-champ lorsqu'elle rencontre son conjoint. A cette période, Nicolas, en échec dans la voie universitaire, ne possède pas de projet professionnel défini, Delphine le convainc de s'orienter vers le fitness en passant le diplôme d'éducateur sportif (BPJEPS) pour « *travailler ensemble* ». A l'issue de la période nécessaire à la création de la salle de fitness, Nicolas et Delphine deviennent un couple privé et professionnel. Nicolas dispose alors d'un statut de salarié et ne s'engage pas comme c'est le cas dans certaines configurations de couples au travail, dans un travail non salarié au sein de l'entreprise de sa conjointe (Bertaux-Wiame, 2004a; Samak, 2017). La question de l'investissement financier est ici significative, les parents de Delphine se sont engagés pour l'acquisition du terrain et la création de la SCI relative au bâtiment. C'est donc avant tout l'entreprise de Delphine, et non pas une entreprise du couple, Delphine et Nicolas n'ont pas de statut conjugal et vivent en concubinage, et cette dernière précise que son compagnon ne possède aucune part dans l'entreprise.

« Non, rien, voilà, rien parce qu'on ne sait jamais et puis comme mes parents se sont vachement investis, je préfère que ce soit, pas que je ne lui fais pas confiance, mais je ne sais pas, on n'est jamais à l'abri de quoi que ce soit donc du coup, bon voilà. »

Delphine, gérante d'Oxygène

Relativement atypique, cet exemple illustre le cas de ce couple privé et professionnel dont l'accompagnement du conjoint dans la création d'entreprise s'est fait à la façon des artisans mais de manière inversée.

« Non, on est à peu près...Parce qu'au niveau gestion peut être un petit peu moins mais après il y a quand même la salle, enfin lui au niveau de tout ce qui est...Non, il s'investit quand même (...) Mais je sais qu'il ne fait jamais rien, voilà. »

Delphine, gérante d'Oxygène

L'extrait de Delphine n'est pas sans rappeler, l'invisibilité des tâches réalisées par les conjointes dans les « maisonnées » de vigneronnes étudiées par Céline Bessière et Sybille Gollac (2007), ces autrices montrent que dans ce secteur les pratiques des conjointes sont finalement « silencieuses ». Autant les tâches masculines sont clairement définies et valorisées alors que les tâches féminines sont décrites comme indéterminées. On retrouve cette indétermination des tâches réalisées par le conjoint de Delphine, Nicolas son salarié, de manière inversée. Cette invisibilité des activités professionnelles de son conjoint ne concerne pas une différenciation des tâches masculines ou féminines mais pourrait être confondue avec le prestige ou la valeur des tâches réalisées qui ne paraissent pas primordiales aux yeux de Delphine. Bien évidemment cet extrait est à replacer dans le contexte de la création d'entreprise, à ce moment-là, la salle de fitness est toute jeune (1 an d'existence) et le rôle de cheffe d'entreprise pour Delphine est nouveau. Si la répartition des tâches professionnelles apparaît pourtant comme bien établie, elle révèle en creux le rapport hiérarchique de la relation gérante-salarié et de la valeur des tâches attribuées à chacun.

Un autre couple se définit par la même relation gérant-salariée, Véronique et M. Langlois sont un couple privé et professionnel, *« mais moi j'aime pas qu'on me donne le titre de ..., souvent on me dit : « oh mais c'est la patronne ». Je ne suis pas la patronne, je me considère pas comme la patronne. Le patron c'est mon mari... »*, (Véronique, salariée de Forméo Tourizis).

Véronique évoque le cas des relations avec ses collègues, les autres salarié·e·s. Sans être gérante de l'entreprise, elle précise être une salariée, présente depuis 20 ans, « *obligée d'avoir un œil* » sur ce qui se passe. Cette configuration de couples privés et professionnels montre l'ambiguïté du statut de salarié·e dans l'entreprise du conjoint qui rétablit une hiérarchie entre les sexes et les statuts. Contrairement aux boulangères (Bertaux-Wiame, 2004a), la visibilité stratégique en tant que « femme du patron » ne pose pas le problème de l'employabilité de Véronique dans un emploi « maison » puisqu'elle dispose du capital spécifique nécessaire dans le sous champ. De plus, leur rencontre amoureuse et la mise en couple ne correspondent pas à la création de l'entreprise, son employeur étant devenu par la suite son mari. Le statut de « salariée de son mari » apparaît ici similaire aux conditions du salariat classique.

Dans ce deuxième temps, il s'agit de préciser comment l'entreprise *travaille* le couple. En effet, la différence de statut au sein du couple et de l'entreprise, ainsi que l'engagement financier, ne sont pas sans effets. Caractérisé·e·s par une disponibilité inconditionnelle envers le travail (Julhe & Honta, 2012) et l'entreprise, les enquêté·e·s rendent perméables les sphères privées et professionnelles. Aussi, cette relation ambiguë entre le travail, le couple et l'entreprise suscite parfois des difficultés. L'usure provoquée par le travail en couple et le couple au travail trouve des limites et questionne ainsi parfois l'idéologie de la passion.

6-2-3 Perméabilité des sphères privés et professionnelles

Évoquée par les couples professionnels et les couples privés et professionnels, la présence matérielle de l'entreprise dans la sphère privée est particulièrement importante. Comme c'est le cas pour d'autres travailleurs sportifs (Frayssé, 2013) et dans d'autres secteurs professionnels (Bertaux-Wiame, 2004; Bessière & Gollac, 2007; Julhe & Honta, 2012), la perméabilité des sphères professionnelles et privées peut être considérée comme un atout, notamment lors de la création de l'entreprise mais elle peut devenir à l'usage un poids, une contrainte pour les couples. Se mettre à son compte, n'est pas systématiquement une affaire de couple, mais le couple, l'entreprise et le travail entretiennent une relation ambiguë. De ce point de vue, trois points importants sont à relever : l'omniprésence du travail dans la sphère privée concerne l'ensemble des couples, elle nécessite des arrangements conjugaux et elle tend à fragiliser l'équilibre, tant au niveau financier que conjugal, des couples.

Pour un certain nombre d'entrepreneur·e·s, les lieux professionnels et privés se confondent. Les artisans, agriculteurs, commerçants, vivent souvent dans leur entreprise (Bertaux-Wiame, 2004; Bessière & Gollac, 2007) accolée au domicile, la présence matérielle du travail est donc partie prenante de la sphère privée. Cette présence physique de l'entreprise se retrouve chez certains gérant·e·s, notamment Laurence (gérante polyvalente d'Espace Forme), dont la maison se trouve à l'arrière de la salle de fitness et Jérémy qui vit dans la salle de fitness où un petit logement de fonction a trouvé place, à côté de la salle de cours collectif, « *on habite là, il y a un appartement là. Je suis là tout le temps* » (Jérémy, gérant de Hall Fitness). Cette proximité de l'entreprise et du logement représente pour les enquêté·e·s un avantage mais reflète la façon dont le travail s'immisce dans la sphère privée.

Serge et Nicole tout comme Bertrand ont vécu cette expérience un temps, « *on était dans un appartement au-dessus de la salle de gym et moi je ne sortais pas pendant des semaines, c'était clientèle, le nez dans les bouquins, clientèle, le nez dans les bouquins, entraînement personnel, c'était une ascèse, n'ayons point peur des mots, je n'ai pas peur de le dire* ». Serge évoque une véritable « une ascèse » tout comme Bertrand « *qui n'arrive pas à couper* » entre le temps de travail et le temps hors travail, il habite au-dessus de sa salle de fitness.

Cette perméabilité augmente la présence matérielle et mentale dans l'espace de vie privée des couples qui partagent vie conjugale et vie professionnelle mais également pour les autres couples. Qu'ils soient hommes ou femmes, ces chef·fe·s d'entreprise impliquent de manière plus ou moins importante, subie ou désiré, les conjoint·e·s dans l'aventure de l'entrepreneuriat. A l'instar d'autres professions indépendantes, les appuis familiaux jouent un rôle à toutes les étapes de vie de l'entreprise, de la création de cette dernière en passant par le développement et sa stabilité (ou pas). De manière directe ou malgré lui/elle, le-la conjoint·e est souvent impliqué·e dans les tâches annexes : distribution de flyers pour la publicité, travaux dans la salle, petites tâches administratives (courrier, mise en page etc). Le cadre de la mise à son compte d'un·e artisa·e commerçant·e implique la mobilisation de son entourage de manière indispensable et prioritairement du·de·la conjoint·e dont l'appui peut se traduire par des pratiques très différentes de la part des hommes et des femmes allant d'un extrême à l'autre (Julhe & Honta, 2012). Isabelle Bertaux-Wiame (2004) montre que chez les artisans boulangers, c'est l'épouse qui apparaît comme point nodal dans le processus d'installation artisanale. Chez les enquêtés·es, la mise à son compte concerne autant les femmes que les hommes, dans le cas des co-gérant·e·s l'égalité de statut juridique et d'engagement financier entre les membres des couples conjugaux et professionnels ne permet pas la comparaison. En revanche, l'enchevêtrement des liens de conjugalités et des liens professionnels sont

intéressants à observer pour l'étude sous-jacente de la division sexuée du travail dans la mobilisation et l'asymétrie hommes/femmes.

6-3 La distribution sexuée des appuis familiaux

Au sein des petites entreprises de sport, les appuis familiaux sont importants (Bouhaouala & Chifflet, 2001; Dubois & Terral, 2011, 2014), voire indispensables à la survie de l'entreprise, comme pour d'autres secteurs indépendants (Bertaux-Wiame, 2004a; Bessière & Gollac, 2007). Pour les enquêté·e·s, ils prennent plusieurs formes : se distingue le·la conjoint·e de la famille élargie et le type d'appui qu'il·elle·s représentent, formel ou informel. Peu importe le profil de salles, le type de fitness proposé (hard, soft, traditionnel), le type de gérant·e (polyvalent·e ou pas), les appuis familiaux contribuent au maintien dans la carrière fitness des enquêté·e·s. Ce point commun participe concrètement à toute la vie de l'entreprise, du début en passant par le développement, puis le maintien et concerne tous les enquêté·e·s sauf un, Alain dont l'expérience est particulièrement atypique.

6-3-1 Les appuis familiaux comme soutien financier

Pour les enquêté·e·s pour qui la mobilisation du capital économique se fait grâce à des appuis familiaux. Ils peuvent être plus ou moins formels, caution ou engagement financier, et le plus souvent se situent au sein de la famille proche (conjoint·e) ou élargie (parents, grands-parents).

Salles	Enquêté·e·s	Statut	Montage financier	Statut entreprise	Appuis familiaux
Gym Land	Nicole	Co-gérant Travailleurs indépendants	Propriétaire	SARL SCI	Non
	Serge				
Vita Forme	Baptiste	Co-gérants Non salariés ACRE ⁹⁶	Emprunt SCI (bâti) Emprunt personnel (matériel)	SARL en ZRR ⁹⁷ SCI	Parents
	Laura				
Oxygène	Delphine	Gérante Salariée	Emprunt SCI (bâti) Emprunt personnel (matériel) Propriétaire	SARL SCI	Parents (SCI)

⁹⁶ ACRE : Aide à la Création et à la Reprise d'Entreprise est une allocation versée par l'Etat pour une période de 15 mois. Son montant est de 600€ par mois environ.

⁹⁷ ZRR : Zone de Revitalisation Rurale : qualifie une zone rurale et permet une exonération des charges pour l'entreprise (impôts, charges sociales et salariales)

Top Forme	Pierre	Co-gérant (60%) Non salarié	Propriétaires (3 associés pour le bâtiment) Emprunts	SCI (bâti) SARL	Non
	NR	Co-gérant (40%) Non salarié			
My Fit	Marc	Co-gérants Salariés	Emprunt (20 ans) 250 000€ en hypothèque Propriétaires	SCI SARL	Oui Immeuble familial
	Bertrand				
Chloro' Fil	Florent	Co-gérant Non salariés	Locataire	SARL	Compagne
	Benoît				Père
Fit'Fom Dax	Jérôme	Co-gérant (35%) salarié	Apport (65-35) Emprunt sur 7 ans Locataire	SARL	Non
	Bastien	Co-gérant (65%)			NR
Fit'Form Mont de Marsan	Sophie	Co-gérante (Non salariée) ACRE	Apport 25 000€ chacun Emprunt Locataire	SARL	Non
	NR	Co-gérant			NR
Espace Forme	Laurence	Gérante Salariée	Propriétaire	EI	Terrain cédé par les beaux-parents
Forméo	M.Langlois	Directeur Général	Propriétaire Associés financiers	Sociétés Holding financière	NR
	Véronique	Salariée			
Zen Studio	Sandrine	Gérante Non salariée	Emprunt Locataire	SARL	Son mari
Hall Fitness	Jérémy	Gérant ACRE	Crédit-vendeur ⁹⁸ Propriétaire	SARL	Son grand-père
Équinoxe	Martine	Gérante Non salariée	Apport 50 000€ Crédit 104 000€ Propriétaire	EURL	Tante
Go Fitness	Alain	Gérant Non salarié	Emprunt (matériel et travaux), Locataire	SARL	Non
Le Club	Michel	Gérant Non salarié	Locataire Emprunt personnel (matériel)	SARL	Oui Son père
Ladies	Sabine	Gérante Salariée	Locataire Apport personnel Emprunt	SARL	Non

Tableau n°31. Synthèse mobilisation du capital économique et appuis familiaux

Les formalités administratives nécessitent l'appui d'un proche, et, d'un point de vue financier, il s'agit le plus souvent de l'engagement d'un membre de la famille en tant que garant.

« Non, la caution vient de mon côté, de mon père. Là-dessus ma femme n'a rien à voir. Par contre après au niveau bancaire, ils nous ont demandé que nos femmes

⁹⁸ Le crédit-vendeur est une forme de crédit qui se fait directement entre le vendeur et l'acheteur, permettant d'économiser sur les frais bancaires.

se portent caution, c'est tout. Elles ont juste fait une signature comme quoi elles prenaient connaissance que Julien et moi faisons un projet à 50-50. Après, elles n'ont pas d'engagement purement financier dedans. Oui et puis elle est à 200% derrière moi. »

Benoît, Chloro'Fil

L'extrait de Benoît révèle deux formes de soutien, son père et son épouse se sont portés.e.s caution. Comme pour les autres enquêtés.e.s, l'appui familial se traduit par un engagement financier réel et par la participation plus ou moins directe du.de-la conjoint.e.

La mobilisation du capital économique se fait donc rarement de manière solitaire, soit le conjoint joue le rôle d'appui de manière plus ou moins formelle et directe, soit des associés (famille élargie, proches) viennent apporter des fonds pour l'achat d'un terrain et/ou la construction d'un bâtiment et interviennent directement dans la vie de la petite entreprise. Martine, comme Benoit, Florent, et Jérôme ont pu s'installer à leur compte, grâce à la mobilisation financière du couple. Comme l'explique Martine, en comptant sur le salaire du conjoint, elle a pu être déficitaire. Finalement l'équilibre financier du couple, de la famille, est engagé de manière indirecte, ce que montre également Fleur Bonnemaison (2018) pour les accompagnateurs.rice.s de moyenne montagne. Même si l'enquêté.e fait un apport de fonds individuels, ses revenus sont modifiés ce qui impacte le train de vie de la famille en retour.

« Non, non, ah non non non, c'était très... après je le savais, mon mari est salarié donc on savait qu'on ne prenait pas de risques. J'aurais jamais pu faire ça si j'avais été toute seule s'il fallait que je vive de ça, c'était pas possible pendant les six premières années, un tout petit peu, allez je vais pas mentir, mais, non j'ai été en déficit pendant pas mal d'années et maintenant ça y est ça commence à tourner et là maintenant je peux me payer (...) Ah oui, mais vraiment, après six ans, il a fallu tenir, il a fallu tenir. C'est un vrai projet de couple. Il m'a soutenue à fond, à fond, à fond. »

Martine, gérante polyvalente d'Équinexe

L'analyse de la mobilisation du capital économique permet donc de montrer que les ressources financières nécessaires à l'ouverture de la salle ne proviennent pas uniquement des enquêtés.e.s. Pour la plupart, il.elle.s ont fait appel à un appui familial ou à des associés extérieurs à la gestion

de la salle ou co-gérants. Ils sont 12 à être en co-gérance et 8 gérant·e·s « solitaires ». Dans les co-gérences ils sont tous gérant·e·s-polyvalent·e·s, ce qui limite les charges liées à la masse salariale. Chez les gérant·e·s solitaires, il·elle·s ne sont que 3 sur 8 à être gérant·e·s-polyvalent·e·s. Ainsi, faire appel à un·e co-gérant·e permet de mobiliser un capital économique plus important, et cette situation est plus fréquente chez les jeunes (8 sur 12) et les hommes (6 sur 8).

Pour les gérant·e·s solitaires, il·elle·s sont 7 sur 8 à bénéficier d'un appui familial financier : 5 femmes (jeunes et moins jeunes) et fortement dotées en capital culturel et 1 homme, moins dotés en capital culturel et plutôt jeune (- 30 ans).

Pour les co-gérant·e·s, 4 (2 hommes et 2 femmes) sont associé·e·s avec leur conjoint·e.s (couples privés et professionnels) à égalité de statut. 6 (4 hommes et 2 femmes) font appel à des appuis familiaux (conjoint·e.s ou parents) et 4 (3 hommes et 1 femme) ont un associé extérieur à la structure familiale ou conjugale.

Ainsi, les données montrent que sur les 8 femmes cheffes d'entreprise, 7 mobilisent les appuis familiaux et 1 dispose d'un associé financier. Ce constat va à l'inverse de ce qui a été démontré par Rouault (2001), à savoir que les femmes ont une possibilité moindre que les hommes à mobiliser la famille pour leur propre compte. Mais il confirme le fait qu'elles sont plus nombreuses à accéder à ce statut lorsqu'elles sont bien dotées en capital scolaire (1 sans qualification scolaire, 2 bac ou équivalent, 2 bac+2, 1 bac+3, 1 bac+4). Pour les enquêtées, la mobilisation des appuis familiaux concerne l'ensemble des indépendantes, à l'exception de Sandrine. Ainsi, les données mettent en évidence d'autres modes de passage à l'indépendance, plus ambivalents qui « correspondent autant à des formes d'ascension sociale qu'à des déclassements » (notamment économique, ce qui a été précisé plus avant) (Abdelnour et al., 2017). Si dans un premier temps, ils sont plus favorables aux femmes pour l'installation, c'est sous d'autres formes que se réaffirment les inégalités de genre. Les trajectoires de mises à son compte sont très hétérogènes et peuvent constituer autant un vecteur d'accès à des rapports de pouvoir inversés au sein des couples privés qu'à de nouvelles modalités de domination masculine au travail⁹⁹ (Abdelnour et al., 2017). De ce point de vue, le statut de la co-gérance (égalité de statut et d'engagement financier correspondant à une absence de hiérarchie professionnelle) permet de penser une réduction des inégalités de genre dans la sphère professionnelle. Mais cette hypothèse se trouve largement remise en compte par d'autres formes d'asymétries (sexuation des compétences professionnelles et asymétrie de la valeur symbolique

⁹⁹ Ces deux perspectives sont exposées en détail en partie 4.

du travail réalisé). D'autre part, la division du travail domestique et parental doit également être pris en compte pour comprendre finement comment s'opère (ou pas) une différenciation sexuée des trajectoires professionnelles, le statut d'indépendante, de ce point de vue ne signifie pas automatiquement une émancipation féminine et des rapports sociaux de sexe égalitaires¹⁰⁰.

De manière concomitante aux formes de travail indépendant, une distribution sexuée de l'appui familial apparaît. Les conjointes de professionnels participent de manière formelle mais indirecte (caution, signature) dans l'engagement financier des enquêtés, et participent au travail administratif (Jaeger, 1982), alors que les conjoints participent de manière formelle et directe en mobilisant des ressources financières. De manière classique, dans la division sexuée des ressources au sein du couple, l'homme est presque toujours le plus gros pourvoyeur de fonds du foyer, et ce pour diverses raisons : asymétrie des carrières professionnelles, plafond de verre, ségrégation verticale et horizontale des femmes au travail (Laufer & Pochic, 2004; Marry, 2004; Lapeyre, 2006; Guillaume & Pochic, 2007; Lemièrre & Silvera, 2008). Mais dans le cas de la création d'une petite entreprise artisanale comme c'est le cas dans l'enquête, les configurations de ressources au niveau des foyers sont assez inhabituelles. En effet, lors de « la mise à son compte », nombreux·euse sont les chef·fe·s d'entreprise, à compter sur les ressources du·de la conjoint·e pour assurer la stabilité du revenu familial (Bonnemaison, 2018). Dans le cas des couples privés et professionnels co-gérant·e·s, l'égalité des statuts recouvre un équilibre financier au sein du couple conjugal, chacun·e disposant des mêmes revenus. Mais l'analyse mérite d'être nuancée de ce point de vue, d'autres éléments entrent en ligne de compte : le travail en couple, la mobilisation conjugale (visible ou/et invisible) dans le travail productif, et l'état respectif des capitaux des conjoint·e·s. Les modalités de gestion vont ainsi donner un autre éclairage de ce qui relève d'une mobilisation conjugale liée au développement de l'entreprise.

6-3-2 La mobilisation conjugale au service de l'entreprise

Les enquêté·e·s présentent des similitudes certaines avec les couples d'artisan·e·s, surtout lorsqu'ils sont privés et professionnels, mais ne s'y réduisent pas. Pour les couples professionnels et les gérant·e·s solitaires, les conjoint·e·s sont salarié·e·s et ne sont pas parties prenantes de la création d'entreprise ou du moins de manière distanciée. Leur mobilisation, si minime soit-elle pour certain·e·s, s'avère cependant indispensable. Ainsi, la mobilisation

¹⁰⁰ Une analyse complète de ces perspectives est réalisée en partie 4.

conjugale, est au cœur de la relation entre entreprise, travail et couple et participe au processus de conciliation entre temps de travail et temps hors travail. Cette mobilisation peut prendre des formes diverses en fonction du sexe et de la répartition des différents capitaux au sein des couples et du rapport aux normes de genre¹⁰¹.

Enquêté·e·s	Statut	Type de Couple	Profession du conjoint
Nicole	Co-gérant·e·s	Privé (mariés puis divorcés) et professionnel	Co-gérant·e·s polyvalents
Serge			
Baptiste	Co-gérant·e·s	Privé et professionnel	Co-gérant·e·s polyvalent·e·s
Laura			
Delphine	Gérante	Privé (séparé maintenant) et professionnel	Gérante
Nicolas	Salarié		Salarié
Pierre	Co-gérant	Privé (10 ans) et professionnel	Compagne actuelle aide-soignante
Isabelle	Salariée		NR
Véronique	Salariée	Privé et professionnel	Salariée
M. Langlois	Co-gérant		Co-gérant
Marc	Co-gérant	Professionnel 2 frères	Commerçante
Bertrand			NR
Florent	Co-gérant	Professionnel	Secrétaire
Benoît			Responsable agence d'intérim
Jérôme	Co-gérant	Professionnel	Infirmière
Bastien	Co-gérant		NR
Sophie	Co-gérante	Professionnel	Barman
Paul	Co-gérant		NR
Sabine	Gérante	/	Auto-entrepreneur
Michel	Gérant	/	Célibataire
Jérémy	Gérant	/	Éducatrice spécialisée
Alain	Gérant	/	Compagne actuelle Golfeuse professionnelle
Sandrine	Gérante	/	Vétérinaire
Martine	Gérante	/	Ingénieur Chambre d'agriculture
Laurence	Gérante	/	Ex-mari : Fonctionnaire ONF Compagnon actuel : militaire

Tableau n°32. Profession des conjoint·e·s et statuts des professionnel·le·s

Dans les couples conjugaux et professionnels, l'organisation entre le travail, l'entreprise et le couple est facilitée par la connaissance du milieu Marina Honta et Samuel Julhe (2012) précisent que dans le cas des cadres de la Fonction Publique D'État (FPE) du Ministère de la Jeunesse et des Sports, lorsque les deux membres du couple travaillent dans le même champ, la connaissance du milieu professionnel permet une meilleure compréhension de l'engagement

¹⁰¹ Celui-ci varie en fonction de l'origine sociale, des dispositions sexuées et sous l'effet des différents modes de socialisation professionnelle et conjugale. Ce point n'est pas abordé ici puisqu'il constitue l'analyse réalisée dans la partie 4.

plein et entier envers le travail pensé comme un métier de passion. Les auteur·e·s font écho de la position des hommes CTS, ainsi « une conjointe disposant d'une bonne connaissance du milieu sportif est perçue comme un gage de compréhension, voire d'acceptation, des spécificités du métier et l'engagement de tous les instants dont ces hommes font preuve » (2012). Dans ce cadre, le partage d'une même passion construit une connivence et contribue à la stabilité de l'union. Ce point de vue est partagé par les enquêtées, par exemple Nicole précise « *ce n'était pas le fait du couple, c'était le fait que la passion nous a permis aussi d'avancer* ». Pour elle et Serge, la passion commune est un trait d'union entre eux, le lien conjugal est permanent dans le travail, l'entreprise, dans la vie privée. Véronique partage le même avis, faire partie du même monde, « être de la partie » pour les deux membres du couple facilite un fort investissement dans un métier de passion.

« Il faut que le conjoint, soit il est sur la même longueur d'ondes, s'il est prof lui aussi, il sait ce que c'est, soit après il faut qu'il accepte le conjoint, parce que c'est des heures de travail à la maison. Et puis voilà, partir en formation, (...) presque tout le mois d'août en formation tous les weekends, et là c'est Paris, c'est Bordeaux. Moi j'ai pas de problèmes puisqu'on est dedans mais... je pense que pour certains jeunes ça doit être un problème (...) c'est sûr à un moment donné ras le bol, le boulot, le boulot, le boulot. Donc si ton conjoint il est pas dans la même partie que toi ou qu'il est vraiment pas conciliant parce qu'il a envie aussi d'être avec toi le weekend et que tu débranches un peu, c'est sûr que ça peut créer, je pense »

Véronique, salariée de Forméo, Montplaisir

Ainsi, que les deux membres du couple soient « dedans » permettrait une meilleure stabilité du couple conjugal compte tenu de la passion partagée et de la connaissance des contraintes liées au métier. Du point de vue des couples conjugaux et professionnels, l'entreprise, le travail, le métier sont au cœur de la relation du couple et de fait le lien d'interdépendance affective permet une organisation flexible, une compréhension intuitive autour d'une cause commune et grâce à un ethos partagé.

Pour les couples professionnels uniquement et les gérant·e·s solitaires, le-la conjoint·e représente davantage une aide de nature conjugale qu'une aide professionnelle, comme chez la majorité des indépendant·e·s (Bertaux-Wiame, 2004a). Benoît explique que sa femme lui fait « *quelques courriers* » quand il en a besoin, comme ça « *elle est contente de participer* » à la vie de l'entreprise. Les tâches réalisées par les conjoint·e·s ne sont pas de l'ordre du travail

productif de l'entreprise et par conséquent peu valorisées, « *il travaille au bar il voit beaucoup de monde aussi il me fait de la publicité à son bar, il m'aide à aller poser les flyers, voilà ce genre de choses* » (Sophie à propos de la participation de son compagnon à la vie de sa salle de fitness).

Dans les secteurs de l'artisanat traditionnel, si la mise à son compte est une affaire d'hommes, la mobilisation conjugale des femmes salariées reste majeure et naturalisée par les qualités socialement reconnues à chacun des sexes (Jaeger, 1982), ce d'autant plus que le professionnel est issu des classes populaires (Pfefferkorn, 2004). La participation des femmes au travail de l'entreprise maritale se fait essentiellement autour des tâches de gestion (Bertaux-Wiame, 2004a), le « travail des signes » (Verret, 1995) est perçu négativement parce qu'il met en tension socialisation masculine et travail manuel (R. Connell, 2014; Abdelnour et al., 2017).

Dans l'enquête, tout comme l'accès à l'indépendance n'est pas exclusivement une affaire d'hommes, d'autres configurations de la mobilisation conjugale sont présentes. Le cas de Martine est intéressant pour montrer que l'aide du conjoint dépend également des capitaux qu'ils possèdent. La mobilisation et la valorisation des compétences de son mari permettent, lors de la phase de la création d'entreprise, une réelle aide au travail productif, et la possibilité d'éviter une charge supplémentaire (faire appel à un cabinet comptable) pour l'entreprise qui n'aurait pas été supportable d'un point de vue économique, « *alors niveau gestion j'ai démarré ça je sais pas comment mais heureusement j'ai mon mari qui est la dessus qui m'a beaucoup, beaucoup, aidée (...) il a toute sa formation de gestion, de comptabilité, donc il m'a énormément aidée, c'est lui qui faisait tout au départ* ». Cet extrait met en évidence une mobilisation conjugale qui questionne les qualités socialement reconnues à son sexe, comme c'est le cas pour d'autres métiers indépendants. Ainsi, lorsque l'indépendance est une affaire de femmes, la mobilisation conjugale peut être inversée : le passage à l'indépendance se fait sous condition du salariat masculin qui permet des revenus réguliers et, la mobilisation du conjoint paraît davantage valorisée et reconnue, « *après mon mari je l'ai un peu boosté, il a donc passé l'examen aussi (...) il venait en renfort puisqu'il continuait son boulot. Il s'occupait de lui et en même temps il donnait des conseils, bon il était en renfort ...* », (Laurence, gérante polyvalente d'Espace forme).

Ainsi, la mobilisation conjugale peut s'envisager selon diverses modalités en fonction des différents statuts au sein du couple conjugal et professionnel et en fonction du sexe et des capitaux du·de-la conjoint·e salarié·e à l'extérieur de l'entreprise. Les femmes assurent encore des tâches plutôt assignées à leur sexe, alors que les hommes valorisent leurs compétences. Pour les couples privés et professionnels, la trajectoire sociale des deux membres du couple

est reliée par l'entreprise, ce qui limite la subordination d'un des membres du couple aux ambitions professionnelles du conjoint. Pour les couples professionnels et les gérants solitaires, les conjoint·e·s salarié·e·s assurent une aide plus conjugale que professionnelle, en grande majorité. Il·elle·s suivent leurs propres trajectoires professionnelles, même si celles-ci sont limitées géographiquement. Comme dans les autres secteurs, les indépendant·e·s une fois installé·e·s dans une région sont tributaires de leur clientèle et « assignés à résidence » (Bertaux-Wiame, 2004a) en quelque sorte. L'ensemble de ces éléments rend la relation travail-couple-entreprise complexe pour tous les couples qu'ils soient privés et professionnels, uniquement professionnels et pour les gérant·e·s solitaires, dans leur couple conjugal. La perméabilité des sphères privés et professionnelles et la mobilisation conjugale en faveur de l'entreprise ne garantissent pas la capacité du couple à se maintenir dans le temps. En effet, cette grande porosité peut affecter le couple privé, « *ah oui, c'est sûr c'est lourd et forcément c'est, ça a été très lourd pour lui parce qu'à un moment je parlais que de ça, que de ça que de ça, puis tous les weekends on ne parlait que de ça* » (Martine). En focalisant toute l'attention sur l'entreprise, les temps de travail et hors travail se confondent, la porosité des sphères privée et professionnelle peut participer à un épuisement du couple conjugal. La survie économique de l'entreprise et, par effet de résonance celle de la famille, est en jeu ce qui implique de sacrifier certains aspects de la vie privée. Si certains couples arrivent à se maintenir malgré ces contraintes, d'autres ne résistent pas à cette usure du couple par l'entreprise et le travail (Laurence et son mari, Nicole et Serge, Delphine et Nicolas), « *c'était une force et ça nous a lié, et c'est ce qui nous a délié aussi (rires)* » (Serge).

Cette forme de configuration du travail en couple ne concerne donc pas que l'artisanat traditionnel, toutes les formes de travail indépendant, voire même de salariat, peuvent être traversées par la mise en tension famille et travail, ce d'autant plus lorsqu'il s'agit de métiers où l'ethos professionnel conduit à un engagement plein et entier (Lapeyre, 2006; Lapeyre & Le Feuvre, 2005; Julhe & Honta, 2012). Cependant d'autres configurations sont possibles notamment dans les modalités de gestion, plus orientés vers le fitness industriel (Andreasson & Johansson, 2018), la recherche de profit économique. Ces modes de gestion révèlent une mobilisation des capitaux différente imbriquée à des contextes biographiques singuliers.

6-4 De la rentabilité au profit, les salles franchisées comme autre mode de gestion

Les différents modes d'exploitation des salles de fitness renvoient à la manière dont les professionnel·le·s mobilisent leurs ressources dans cet espace de possibles. Contrairement aux

entreprises artisanales, dont l'objectif consiste à permettre aux gérant·e·s de vivre (parfois très modestement) de leur activité, la recherche de profit est au cœur des stratégies de ce groupe d'enquêté·e·s. L'exemple des modalités d'exploitation bénéficiant du soutien et de l'expérience d'une grande franchise nationale et/ou européenne qui s'appuie sur un ancrage local et social dans un contexte de petites villes de province illustre cette position. De ce point de vue, elle constitue un mécanisme important de l'expansion mondiale (Andreasson & Johansson, 2018) de la culture fitness. En utilisant principalement un marketing « expérientiel » (Cognie & Aballéa, 2010), les marques comme « Les Mills® » et autres, ont contribué à révolutionner le fitness moderne. Ce type de marketing s'attache à créer des expériences prédéterminées associées à l'acte d'achat, ici l'expérience sportive de cours collectifs originaux. Il construit autour des marques un imaginaire puissant, un univers symbolique porté par la publicité, la communication à l'opposé de l'approche des salles artisanales qui s'appuie sur le métier, le savoir-faire, (Cognie & Aballéa, 2010).

Composé de Jérôme, Sophie, Michel et Sabine, ce groupe moins homogène que le précédent, donne à voir une autre modalité de gestion de sa salle de fitness.

	Diplôme scolaire	Capital spécifique	Origine sociale	Âge	Franchise	Statut
Michel	/	Dispositions sportives faibles	NR	30 ans	Le Club	Gérant
Sabine	Bac +5 (tourisme)	Dispositions sportives faibles	Fille de chef d'entreprise	40 ans	Ladies	Gérante
Sophie	Bac +2 (STAPS)	Dispositions sportives fortes DEUST MDF	NR	28 ans	Fit'Form	Co-gérante polyvalente
Jérôme	/	Dispositions sportives fortes (SHN) BPJEPS AGFF (2 mentions)	Pôle culturel classe moyenne	28 ans	Fit'Form	Co-gérant polyvalent

Tableau N°33. Part respective des capitaux détenus par les indépendant·e·s franchisés

Plutôt jeunes (31 ans de moyenne), ces enquêté·e·s (2 hommes et 2 femmes) ne sont pas tou·te·s doté.e.s de la même manière. Les femmes disposent d'un capital scolaire plus élevé que les hommes (ce qui facilite le passage à l'indépendance, Rouault, 2001), le capital spécifique est réparti pour moitié entre les hommes et les femmes, ainsi que les statuts qui se répartissent à part égale entre gérant·e et co-gérant·e.

Les points communs aux artisan·e·s, notamment la volonté d'indépendance, n'apparaissent pas comme des éléments saillants pour ce groupe d'enquêtés. Il·elle·s évoquent tou·te·s les avantages de la franchise.

« Moi j'avais pour projet de monter une salle je la voyais pas forcément comme ça, mais aujourd'hui une franchise c'est quand même... un indépendant il tient pas. Oui un indépendant je pense qu'il peut pas tenir dans le sens où il faut qu'il fasse tout. Nous en termes de la communication effectivement on a payé une licence assez cher on paye tous les mois, mais la communication ils s'occupent de tout, le matériel on a des prix de fous, on a une centrale d'achat. Après tout ce qui est communication, nous les flyers, on les reçoit, ils nous envoient les modèles, y a la pub télé Fit'Form c'est eux qui s'occupent de tout, ils pensent à tout. Les fiches de salaire, vous faites pas ça. Et la force de Fit'Form c'est que c'est vraiment un réseau, vous avez des réunions régionales en permanence, nationales où tous les gérants se rencontrent, où voilà on va dans le même sens. Oui c'est indispensable. Ça coûte peut-être un peu plus mais pas forcément. »

Jérôme, co-gérant polyvalent de Fit'Form Oxap

Cet extrait montre comment adhérer à une franchise permet aux gérant·e·s de bénéficier de soutiens concrets : centrale d'achat, prise en charge de la communication, audit de fonctionnement et suivi d'implantation, services de comptabilité, cours pré-scénarisés, etc. La multiplicité des tâches qui caractérise l'entreprise artisanale est à l'opposé du mode d'exploitation des salles franchisées. Selon la franchise, le coût de cette contractualisation est compris entre 1 et 3% du chiffre d'affaires annuel. Dans la plupart des cas, la rentabilité de la salle est quasiment assurée par un plan comptable, un choix stratégique d'implantation étudié par la franchise et une garantie de zone de chalandise. En prévoyant un business plan relativement efficace : 1 gérant·e, 2 « coachs », 50000 € d'apport, un investissement de 200 000 à 300 000€, l'ouverture d'une salle franchisée Fit'Form constitue une prise de risque limitée. Cette perspective a particulièrement rassuré Jérôme et Sophie dans la réalisation de leur projet. Il·elle·s ont opté pour être co-gérant·e·s polyvalent·e·s, « tu économises un salarié », mais également parce que l'association avec un·e autre co-gérant·e présentait des avantages et qu'ils souhaitaient aussi exercer leur métier d'éducateur·rice sportif·ve. La convergence entre l'aspiration professionnelle d'ouvrir sa salle et les opportunités liées au contexte leur ont permis un compromis professionnel acceptable, en adéquation avec leur style de vie orienté vers le

sport. En effet, les différentes étapes de leurs socialisations sont particulièrement marquées par les pratiques sportives (ancien sportif de haut niveau pour Jérôme et gymnaste de niveau national pour Sophie).

En revanche, Michel et Sabine ne s'impliquent pas dans l'encadrement des client·e·s. D'une part, il·elle·s ne disposent pas du capital spécifique au sous champ et n'ont pas les qualifications requises pour le faire. Avec des dispositions sportives plutôt faibles, ils entrent dans le sous champ à la suite d'une rupture biographique et professionnelle. Sabine, fille de chef d'entreprise, souhaite réaliser une de ses aspirations personnelles profondes, « *être à son compte* », et converge avec des éléments de mobilité conjugale. Quant à Michel, il ambitionne de « *lancer une affaire* » pour concrétiser sa bifurcation professionnelle. Au chômage depuis 2 ans, cet ancien fréquentant (ancien agent immobilier), s'engage vers un projet de création d'entreprise. Mobilisant des fonds avec un appui familial, il prend contact avec une franchise afin de réaliser le projet. La franchise Ladies lui propose un lieu, un local et un appui pour la commercialisation, l'achat du matériel et la gestion de la salle.

Michel et Sabine choisissent donc la franchise pour garantir leur investissement et les aider dans un sous champ dont ils n'ont finalement aucune voire peu de connaissances, cet appui et ce soutien d'une franchise s'avèrent indispensables pour ces deux enquêté·e·s. Cependant ces enquêté·e·s ne bénéficient pas de meilleures conditions financières et économiques que les autres. S'il·elle·s ambitionnent une prospérité plus importante, la réalité n'est pas si évidente : Jérôme évoque une diminution de ses revenus depuis l'ouverture de la salle (mais un revenu salarial satisfaisant tout de même), Sophie bénéficie de l'ACRE, Michel vit « *sur le compte de l'entreprise* », et Sabine dispose d'un salaire « *très réduit* ».

La fitness « *revolution* » (Andreasson & Johansson, 2014) permet ou plutôt contraint ces enquêté·e·s plus jeunes (- de 32 ans en moyenne et 41,5 ans pour le groupe des artisan·e·s) à une autre lecture du marché du fitness. Dans un contexte économique et social différent, le marché hyper concurrentiel du fitness s'est largement modifié surtout depuis la dernière décennie. Cette différence de génération est aussi un élément explicatif du choix de s'inscrire dans une franchise.

Dans ces modalités d'exercice du métier, les modes de gestion de la salle de fitness spécifiques apparaissent caractéristiques. D'une part une gestion plutôt artisanale s'appuyant sur la connaissance personnalisée des clients se distingue de manière majoritaire dans l'enquête. Ce mode de gestion implique des réseaux locaux de socialisation, de commercialisation et

informationnels (Cognie & Aballéa, 2010) et un capital spécifique et symbolique important. Le travail en couple y est majoritaire, qu'il s'agisse de couples privés et professionnels ou seulement professionnels. Cette complémentarité, illustrée par la part respective des capitaux détenus par les membres du couple, permet une modalité spécifique d'exercice du métier au sein de la petite entreprise artisanale. Ce choix remet parfois en question le couple conjugal lorsque la perméabilité des sphères privées et professionnelles est trop importante.

D'autre part, une mode de gestion plus éloigné de cet ethos d'indépendance est également possible, notamment avec le recours à une franchise de salle. Ainsi, les entreprises nouvellement créées peuvent ainsi s'appuyer sur des méthodes moins traditionnelles et plus contemporaines en termes d'offres et de compétitivité pour pouvoir se développer. Le passage à l'indépendance s'inscrit dans une trajectoire qui se différencie selon les enquêté·e·s, par différents contextes culturels, sociaux et économiques qui participent à faire varier les conditions, les modes et les formes de « mises à son compte ».

Ce chapitre met en évidence cette étape de la carrière fitness qui permet aux enquêté·e·s d'y maintenir leur engagement. L'ouverture de la salle de fitness et le passage à l'indépendance, est une forme de reconnaissance symbolique très importante aux yeux des enquêté·e·s. Hommes et femmes se retrouvent autour d'une culture et d'un ethos commun, et la valorisation de dispositions entrepreneuriales particulièrement marquées. Se traduisant ainsi à une forme de reconnaissance plus subjective qu'objective, « la mise à son compte » révèle des similitudes avec les modes de gestion des entreprises artisanales. De ce point de vue, le travail en couple permet une complémentarité flexible pour les couples conjugaux et une complémentarité de capitaux pour les couples professionnels. En revanche, la grande porosité des sphères privée et professionnelle rend la relation entreprise, couple et travail complexe.

Si le genre est un élément structurant du sous champ, il n'apparaît pas comme un élément de différenciation lors de l'entrée dans le métier ni lors de l'ouverture de sa salle de fitness. En revanche, des différences sexuées apparaissent au fur et à mesure de la carrière, le passage à l'indépendance est une étape qui participe à créer des inégalités à l'intérieur de la sphère professionnelle par une sexuation des compétences professionnelles et une redistribution symbolique de la valeur attribuées aux tâches professionnelles (Abdelnour et al., 2017). La division sexuée du travail apparaît ainsi particulièrement liée aux enjeux économiques des plus ou moins grandes entreprises de fitness.

CHAPITRE 7. ENJEUX ÉCONOMIQUES ET DIVISION SEXUÉE DU TRAVAIL

De manière historique les activités de travail placent les femmes et les hommes dans des rapports sociaux inégalitaires, le processus d'invisibilisation du travail des femmes est « une cécité statistique » (Schweitzer, 2002). En effet, la gratuité du travail des femmes constitue une tendance dominante jusqu'aux années 70, les décennies suivantes sont marquées par une transformation de la place des femmes dans le travail salarié et dans le travail indépendant. On assiste à une féminisation du marché du travail, notamment dans le secteur tertiaire, qui regroupe des emplois très féminisés. Les femmes sont majoritaires dans un nombre restreint de métiers et de secteurs d'activité. L'administration publique, l'enseignement, la santé et l'action sociale regroupent la majorité des métiers « féminins » (INSEE, 2010).

Le « plafond de verre », expression apparue dans la littérature managériale internationale des années 70, rend compte des barrières invisibles limitant l'accès aux femmes à des postes prestigieux. Les réglementations légales inscrivent progressivement une égalité professionnelle au sein des entreprises et des institutions, mais ne remet pas fondamentalement en cause les rapports sociaux de sexe. Ainsi, les barrières légales ont été levées mais les femmes ont toujours des carrières professionnelles moins favorables que les hommes. Plusieurs mécanismes participent à la reproduction de cette ségrégation horizontale et verticale, dont les stéréotypes sexués et la disponibilité professionnelle, particulièrement visibles sur le terrain étudié.

De ce point de vue, le secteur du travail sportif illustre tout à fait ce processus qu'il s'agisse de travailleur·euse·s sportif·ive.s indépendant·e·s, salarié·e·s, de cadres du Ministère des Sports ou des petites entreprises de sport. La répartition des tâches entre les femmes et les hommes se fait en fonction de la nature et du prestige de ces dernières. La domination masculine s'exprimant de manière forte dans le monde sportif (Messner & Sabo, 1990; Messner, 1992; R. W. Connell, 1995; Mennesson, 2005b; Fraysse, 2013) L'entrée des femmes dans les carrières sportives, qu'elles soient des sportives professionnelles ou des encadrantes, ne s'est pas faite sans oppositions et résistances, comme l'illustre le des guides de haute montagne (Mennesson, 2005). Soumises à une culture professionnelle de tradition masculine et à une resexuation des compétences (Flament, 1988), les femmes d'une manière générale doivent faire leurs preuves. Ce processus est également présent dans d'autres secteurs professionnels tels que la chirurgie, la police (Pruvost, 2007; Zolesio, 2012), où les femmes doivent s'accommoder à une culture virile. Souvent plus diplômées à statut équivalent, les femmes accèdent à des postes moins valorisés (Julhe & Honta, 2012).

Si les modes d'engagement dans une carrière fitness ne sont pas sexués, il n'en est pas de même pour l'exercice du métier où la signification sociale des mises en jeu corporelle est particulièrement liée aux normes de genre. S'intéresser à la division du travail mérite donc de regarder à la fois du côté professionnel et du côté privé, pour objectiver l'état des rapports sociaux de sexe dans ce régime de genre spécifique. Les stéréotypes sexués prégnants dans le sous champ du fitness, compte tenu de la circulation de modèles de genre hyper sexués, structurent les *genderisms* (Goffman, 2002) professionnels. Il s'agit de comprendre comment la socialisation professionnelle participe, selon les trajectoires des enquêtés, à renforcer des dispositions favorables à une division sexuée du travail, et/ou à construire des dispositions de genre activées, ou mises en sommeil selon les différents contextes professionnels.

De ce point de vue, le travail d'encadrement des clients, de gestion de la salle, le travail en couple et la répartition du travail domestique constituent des analyseurs intéressants pour rendre compte de l'asymétrie des rapports sociaux de sexe et des enjeux économiques de la division sexuée du travail.

7-1 Bi-partition sexuée des compétences professionnelles

L'organisation du travail se distingue d'une part entre le travail d'encadrement des clients et d'autre part le travail de gestion de la salle. Dans cette partie, l'analyse identifie des compétences liées au métier d'éducateur.rice sportif.ve, qu'il s'agisse des salarié.e.s ou des gérant.e.s-polyvalent.e.s. Au cœur du métier, le travail d'encadrement des client.e.s s'exerce de manière différenciée. Le contexte professionnel, et les effets de la socialisation continue concourent à une naturalisation des compétences, de fait être professeur.e de fitness se décline selon deux modalités : l'animatrice d'un côté et le technicien de l'autre.

La pratique du fitness est une pratique mixte puisqu'on retrouve environ 40% d'hommes et 60% de femmes dans les salles de fitness. La mixité correspond à « la coexistence des hommes et des femmes dans un espace social commun » (Zaidman, 1992) mais nécessite un seuil minimum de féminisation ou de masculinisation (autour de 30%) d'un espace social pour pouvoir réellement parler de mixité. Au-delà de la simple présence dans un espace social, la mixité est davantage un processus qu'une définition comptable (Fortino, 2002).

Être professeur.e de fitness et/ou gérant.e polyvalent.e n'est pas, à priori, un métier d'hommes ou de femmes. Le nombre croissant de diplômés du secteur de la remise en forme depuis ces

dernières années confirme l'égalité¹⁰² d'accès à ce métier du sport. Cependant les spécialisations entre les deux mentions du diplôme « forme » et « force », puis « cours collectifs » et « musculation sur plateau », produisent une bi-partition du travail organisée selon des modalités dites « féminines » et « masculines ».

Pour un métier apparemment « mixte », la reproduction des inégalités s'est déplacée vers une sexuation des compétences. La reconnaissance des compétences féminines est dévalorisée socialement et économiquement, car elle suppose la mobilisation de qualités féminines jugées comme « naturelles » (Pinto, 1990; Arborio, 1996; Buscatto, 2003). Les savoirs « féminins » sont ainsi « naturalisés » ce qui les rend « invisibles » (Buscatto, 2014b). Cette ségrégation horizontale genrée est le fruit d'une longue et intense intériorisation lors des différentes étapes de socialisation. La famille, la société et l'école, orientent très tôt les domaines « masculins » et « féminins ». La naturalisation des compétences apparaît donc comme évidente tant les dispositions sexuées sont intériorisées de manière forte et semblent correspondre à un ordre des choses non questionné. Les enquêté·e·s sont unanimes, il·elle·s ont les mêmes compétences mais s'orientent de manière « naturelle » vers l'encadrement des cours collectifs pour les femmes et celui, plus prestigieux, des techniques d'entraînement pour les hommes.

7-1-1 Des compétences d'animatrice

La répartition des tâches de travail liées à l'encadrement des client·e·s est fortement associée à la sexuation des espaces de pratique, au rapport au corps des hommes et des femmes. Partant de ces attentes du·de·la client·e/pratiquant·e, l'offre de services du fitness est également fortement sexuée, influençant ainsi les pratiques professionnelles et la division sexuée du travail. Le travail d'encadrement des client·e·s reproduit cette bi-partition sexuée déjà très présente dans les espaces professionnels. Les compétences professionnelles sont alors différenciées et attribuées à chaque sexe. Dans une perspective essentialisée du monde social, cette bi-partition sexuée est particulièrement discriminante et renforce la différenciation sexuée des trajectoires professionnelles dans ce régime de genre spécifique du fitness. Ce processus s'opère au cours de la socialisation professionnelle et passe par une ségrégation spatiale et le recours constant à une naturalisation des compétences (dans le discours des hommes et des femmes). Cependant des résistances apparaissent, quelques professionnelles se positionnent en résistance à ces inégalités sexuées.

¹⁰² Voir la partie 2.

« L’animatrice » est donc le terme employé par les enquêtées elles-mêmes pour qualifier leur spécialisation dans les cours collectifs. Se caractérisant ainsi, elles participent de manière involontaire aux mécanismes de reproduction de la domination.

« Moi je vais plutôt être dans l’animation, ce registre, animation. De toute façon, ça c’est ce qu’on vit. Moi c’est vrai que c’est plus naturel mais l’animation fait partie de mon travail, de mon travail ! »

Nicole, co-gérante polyvalente de Gym Land

L’idée que l’animation est plus « naturelle » pour les femmes est fortement intériorisée, la force des dispositions sexuées et sportives participe à réaffirmer ce qui a été précédemment incorporé. Pour Nicole, ancienne gymnaste, l’attrait « naturel » pour ce qui est du registre du féminin (la chorégraphie, les pas dansés) apparaît comme une évidence. Ses compétences professionnelles illustrent le processus de naturalisation des compétences professionnelles des femmes à l’œuvre dans le monde du travail de manière générale (Buscatto, 2014a). Cette compétence d’animation participe activement à la définition que se font les professionnelles de leur métier. Les plus jeunes et plus diplômées, d’une génération plus à même de contester les rapports sociaux de sexe, partagent un même point de vue et ne remettent pas en question les inégalités sexuées. Pour Sophie, le discours est le même, son style de vie et sa pratique professionnelle reposent sur un ensemble de pratiques qui renforce des dispositions « féminines ».

« Animation voilà exactement, c’est plus le côté animation que j’aime et qui me plaît. Voilà, être en cours voilà, faire des efforts ensemble, rigoler, faire... »

Sophie, co-gérante polyvalente de Fit’Form Montplaisir

Cette posture d’animatrice trouve sa justification dans l’attrance « naturelle » vers l’encadrement des cours collectifs perçue comme une pratique « féminine ». Les propos de Laura montrent que la participation à cet entre-soi composé de femmes, tend à accentuer encore davantage les effets de renforcement de la socialisation continue. Les dispositions, sportives, sexuées, professionnelles, convergent vers des compétences dites « féminines ». Les cours collectifs de fitness sont donc animés, en grande partie dans le contexte de l’enquête, par des femmes pour des femmes.

« Moi, m'éclater avec les gens en cours, voilà. Parce que je ne suis pas sur mon estrade toute seule, je suis au milieu des clientes ou alors à un mètre d'elles donc le fait de connaître un petit peu les gens, je m'amuse, je m'amuse avec elles. Donc ouais ce qui est marrant c'est d'avoir une bonne connexion avec les clients. »

Laura, co-gérante polyvalente de Vita Forme

Le discours des hommes traduit cette très forte naturalisation des compétences, les femmes, moins stables et moins compétentes pour certains domaines, seraient soumises aux variations hormonales et cycliques, ce qui n'est pas sans rappeler une certaine vision du monde essentialisée.

« La femme est plus dans le ressenti... Pour des raisons hormonales, elle est moins dans la force physique, donc l'activité de groupe collective, la démarche cerveau droit donc globale correspond plus à une démarche féminine. L'idéal ce serait conjointement les deux mais il se trouve qu'encore c'est comme ça donc c'est sûr que la femme étant plus dans les rondeurs et plus dans le circulaire et dans le groupe. »

Serge, co-gérant polyvalent de Gym Land

Alain fait également référence à ce processus de naturalisation qui exprime la *valence différentielle des sexes* (Héritier, 1996). Pour lui, la femme « *a une faiblesse. Pour beaucoup, elle a une forme de cycléting. Les femmes sont plus ou moins sensibles à leurs hormones donc elles vont être faibles pendant quelques jours par mois et elles font des enfants donc ça, ça peut évidemment être perturbant dans une carrière, ça peut poser des problématiques* ». Cette *biologisation du social* (Guillaumin, 1992), dans le monde du travail indépendant comme par ailleurs, participe à l'asymétrie des carrières professionnelles entre les hommes et les femmes.

Les professionnelles se spécialisent ainsi dans des domaines « féminins », comme chez d'autres travailleuses sportives. Dans le milieu montagnard, plutôt masculin, les femmes guides et les accompagnatrices de moyenne montagne valorisent leur « savoir-faire » relationnel. De la même manière, les enquêtées soulignent ces compétences d'empathie et de relation avec les pratiquant·e·s, « *effectivement de ce que j'ai vu, les hommes professeurs de Pilates® ont tendance à vouloir le faire passer quand même beaucoup plus en force que les femmes, les femmes vont être beaucoup plus arrondies, beaucoup plus dans la douceur et vont être un peu*

plus dans l'empathie par rapport aux gens qui sont limités. J'ai eu des jeunes profs hommes, l'empathie ça leur allait pas du tout et ça les enquiétait un peu de voir que certaines personnes étaient dans la difficulté, dans la douleur, ne pouvaient pas suivre », explique Martine. Ce savoir-faire relationnel, le travail émotionnel, a déjà été démontré dans d'autres secteurs professionnels largement investis par les femmes, tel celui des hôtesse de l'air (Hochschild, 2017) et celui du *care* (Molinier, 2006). Les compétences professionnelles y sont plus relationnelles que techniques et les femmes y occupent un statut subalterne (Fortino, 2002; Ravet, 2003; Mennesson, 2005). Ici, les enquêtées en font un aspect primordial et une spécificité « féminine » de leurs pratiques professionnelles, alors qu'elles exercent dans des conditions moins valorisées que les hommes (Fortino, 2002 ; Mennesson, 2005).

D'autres travaux éclairent ce processus, le « point de vue féminin » (*feminitude perspective*) (Le Feuvre, 1999) consiste à surinvestir le conformisme sexué pour se différencier des hommes. Celui-ci est classique pour les femmes engagées dans des professions masculines (Achin, 2005; Lapeyre & Le Feuvre, 2005) alors que dans d'autres secteurs elles adoptent l'ethos masculin dominant de la profession (Lapeyre, 2006; Zolesio, 2009b). En se spécialisant dans un domaine et en se jugeant peu compétentes pour les autres, les femmes optent pour une « rentabilité » de la posture « féminine » (Zolésio 2009 ; p.161). Sans empiéter sur les domaines traditionnellement réservés aux hommes, les femmes refusent la lutte et les critiques, en évitant les confrontations avec leurs collègues/conjoints qui bouleverseraient les rapports privés et professionnels. Ce point de vue rejoint les travaux sur les pratiques des journalistes féminines (Schoch & Ohl, 2011) dans la presse VTT (Frayse, 2013) comme par ailleurs (Van Zoonen, 2002), qui adoptent des stratégies différentes au sein des rédactions. Soit, elles se conforment à l'ethos masculin dominant et s'adaptent en permanence avec des comportements de genre inverse, non conformes à leur catégorie de sexe, mais adaptés à l'environnement (conduites professionnelles et hexis corporelle) pour acquérir de la légitimité. Soit, elles résistent et revendiquent une certaine égalité sans choisir entre carrière identique aux hommes et féminité (Boni Le Goff, 2013). La dernière stratégie consiste à s'exclure volontairement de certains domaines pour se spécialiser sur des questions « féminines » et ne pas bousculer l'ordre du genre.

Dans le contexte de l'enquête s'ajoute la dimension intime du couple privé et professionnel. En effet, cette dernière stratégie est majoritaire pour celles qui sont dans ce cas, la « complémentarité » évoquée par les membres du couple masque cette forme de reproduction de la domination. S'exclure volontairement d'un domaine considéré comme masculin et réservé à son conjoint/collègue n'est pas anodin. D'une part, il s'agit de diviser le

travail d'encadrement des client·e·s et de se répartir les domaines (sexués) professionnels et d'autre part de préserver un certain équilibre conjugal. Celui-ci apparaît primordial pour le couple, l'entreprise et sa rentabilité. Elle prend une signification économique et la « rentabilité » de cette posture « féminine » (Zolesio, 2009a) converge entre des dispositions sexuées et sociales favorables à cette posture qui constitue une véritable stratégie professionnelle. Les enjeux intimes orientent la posture afin de préserver la « complémentarité » de sexe dans l'entreprise et l'équilibre dans le couple. Le sexe biologique et le sexe social se confondent, faisant des hommes et des femmes des êtres « naturellement » et « nécessairement » « complémentaires » (Mathieu, 1991), l'hétérosexualité (qui concerne tou·te·s les enquêt·e·s) participant ainsi à renforcer la production de bipartition sociale (Buscatto, 2014).

Les salles de fitness sont organisées selon une différenciation sexuée des espaces et des pratiques, qui donnent à voir des « *gendered spaces* » (Johansson, 1996). Ce processus produit un entre soi, valorisé par les pairs et rend difficile l'accès de l'autre « sexe » à l'appropriation d'une pratique jugée non conforme du point de vue du genre. L'entre-soi est valorisé en soi et pour soi (Buscatto, 2014b), la pratique sportive, culturelle, participe de ce point de vue à renforcer chez les pratiquant·e·s le sentiment d'être une « vraie » femme, un « vrai » homme, selon des critères subjectifs associés à leur catégorie de sexe. La mise en forme corporelle ne prend pas la même « forme » chez les hommes et les femmes (force, puissance et masse musculaire chez les hommes ; minceur, harmonie corporelle chez les femmes), et contribue à reproduire les éléments de la masculinité hégémonique et de l'emphasized femininity. Sans être totalement homogène, les mises en jeu corporelle, ainsi que la répartition sexuée des pratiquant·e·s et des professionnelles dans les espaces peuvent être transgressées (Johansson, 1996) mais cela reste minoritaire et dépend des trajectoires sociales et sexuées individuelles. La ségrégation spatiale entre les sexes a été mise en évidence dans l'offre de pratiques culturelles et de loisirs qu'elle soit rurale ou/et urbaine (Barthaburu & Raibaud, 2011; Guérandel, 2016). Ces travaux concernent les pratiques enfantines, adolescentes et adultes, et montrent comment se perpétue une répartition des sexes dans les espaces de pratiques à tous les âges. La ségrégation spatiale des sexes contribue à une expérience de l'activité peu attirante voire contraignante pour le « sexe » opposé (Barthaburu & Raibaud, 2011). Hommes et femmes participent à construire et renforcer le caractère sexué de leur pratique sportive ou de loisir, l'exemple des blogs « féminins » (Sémel, 2013) ou des jeux de rôle (Lizé, 2004) illustrent ces définitions genrées de la pratique chez les adultes également. Cette dernière renvoie aux

stéréotypes sexués et aux normes en vigueur dans les milieux sociaux, elle varie et évolue selon les injonctions sociales, dont les médias sont un relais puissant et contribuent à leur actualisation.

Les professionnelles sont ainsi « cantonnées » aux cours collectifs, dans l'espace clos de la salle de cours de fitness. La production de cours collectifs (d'offre de service sportifs) selon des principes d'activités « féminins » renforce les dispositions sexuées acquises précédemment et participe à la construction active et collective de la définition genrée des pratiques professionnelles. Ainsi, cette ségrégation spatiale participe au processus de déqualification des professionnelles dans le domaine des techniques de l'entraînement et de l'optimisation des performances. Ces facteurs permettent de comprendre comment les professionnelles sont exclues et s'excluent elles-mêmes progressivement d'un espace où leur présence paraît non légitime.

Le processus de ségrégation horizontale classique dans le monde du travail (Lapeyre, 2006) se retrouve ici, les femmes se concentrent dans des métiers « féminins » avec une reconnaissance moindre des compétences « féminines » qui seraient « naturelles » donc moins valorisées au plan économique et social. Ainsi, la valeur économique et symbolique du travail semble faire l'objet de redéfinitions sexuées, ce, autant dans le salariat que dans le travail indépendant (Abdelnour et al., 2017). La sexuation des espaces accentue ce processus, en limitant l'accès des professionnelles à l'espace des musculation, ces dernières diminuent leurs pratiques professionnelles et réduisent au fur et à mesure leur polyvalence professionnelle. La transgression des espaces de pratiques et des domaines de compétences professionnelles n'apparaît pas comme légitime et participe à une déqualification des professionnelles dans cet espace.

« Et bien pour eux (les pratiquants de musculation) une fille n'y connaît en rien en musculation. Je schématise, ils ne nous ont jamais dit ça mais c'est l'approche du mec en musculation donc...Moi au début je leur ai dit « mais Delphine a ea même diplôme que moi, elle sait lever une barre, elle sait faire un programme » mais ils me demandaient quand même à moi. »

Nicolas, salarié d'Oxygène

Ce discours démontre la façon dont sont remises en cause les compétences des professionnelles dans l'encadrement de la musculation. Apparaissant comme plus technique, plus sérieux que l'animation des cours collectifs, l'encadrement de la pratique de la musculation ne serait pas

« pour les femmes ». La notion de technique, son contrôle et celui des outils, est un des enjeux des rapports de pouvoir entre les sexes. Paola Tabet (1998) montre qu'il s'agit d'un moyen privilégié pour asseoir la domination masculine. La connaissance de la technique dans sa dimension scientifique, autrement dit en parler, et dans sa dimension pratique, les savoir-faire, jouent un rôle central dans la sexuation des compétences professionnelles. Elle précise que les femmes ne sont pas privées d'outils mais n'en utilisent que des formes rudimentaires, contrairement à ceux des hommes plus sophistiqués. Les travaux concernant les pratiques journalistiques soulignent le même processus (Neveu, 2000). Les informations *hard*, de l'ordre de la sphère publique, du politique sont des informations pour les hommes, alors que les *soft news*, relatives à la sphère privée sont des informations pour les femmes, ce qui n'est pas sans conséquence sur les modalités d'écriture journalistique. Dans la presse spécialisée VTT, Fraysse (2013) explique que les femmes journalistes sont exclues de la rédaction des articles techniques (essai de matériel, etc) et déléguées à la rédaction d'articles concernant la pratique en couple, les tenues vestimentaires.

Ici, à diplôme équivalent, une partie des outils techniques que possèdent les professionnelles est remise en cause par les pratiquants. Ce mécanisme traduit une déqualification des professionnelles du fitness dans l'encadrement du plateau de musculation et participe à une redéfinition sexuée de la valeur symbolique des tâches, compétences professionnelles, « *qu'est-ce qu'une fille qui est comme ça va nous montrer sur la muscu, voilà. Voilà, certains c'est dans la tête (...) Là on en a un, il n'a pas voulu que je le pare pour soulever 100 kg sur sa barre. Il demande à Baptiste et Baptiste lui dit « mais non moi je dois partir, demande à Laura ».* Il a hésité 5 minutes avant de se mettre sous la barre », (Laura, co-gérante polyvalente de Vita Forme).

Ce processus de hiérarchisation des tâches (prestigieuse ou secondaire) au sein de la sphère professionnelle participe aux inégalités de genre, dans le salariat (Julhe, Honta, 2012) et dans le travail indépendant (Bessière, Gollac, 2007).

Finalement, cette naturalisation des compétences, propre au contexte professionnel produit 2 effets concomitants : les femmes renforcent cette position naturelle d'animatrice au fur et à mesure qu'elles se désengagent d'un autre espace professionnel celui de l'encadrement du plateau musculation. Considéré comme plus prestigieuses, les techniques d'entraînement et de l'amélioration des facteurs de performance sont plus souvent attribuées aux hommes qu'aux femmes (Juhle, Honta, 2012). Ainsi, la valeur symbolique des activités est également un des facteurs de répartition sexuée des tâches professionnelles au principe d'une vision essentialisée du monde social.

Les propos des enquêtés, le discours des hommes, révèlent la reconnaissance des compétences de leurs collègues/conjointes et dans le même temps consacre la naturalisation des compétences. Les hommes sont en accord avec des principes égalitaires généraux mais privilégient leur réussite professionnelle et leur position dominante (Kaufmann, 2021).

« On le voit quand même chez les femmes, le côté musculation, elles sont beaucoup moins à l'aise, pas forcément en termes de compétence Alors techniquement, alors après peut-être plus physiologique, anatomique. On voit quand même que la majorité des filles, on sent qu'après... Pendant leur formation elles sont peut-être très carrées mais je crois qu'elles oublient très vite parce que ça les intéresse pas elles sont pas du tout... On voit bien les programmes, moi je me rappelle à l'époque, les programmes c'était ...elles venaient voir les garçons « tiens là j'ai un programme », alors si un programme remise en forme classique, facile. Dès que ça commençait à être dans de la prépa physique un peu plus pointue, ou voilà quelque chose de plus ciblé, en général non. »

Benoît, co-gérant polyvalent de Chloro'Fil

Ce double discours reflète la caution morale de l'égalité de compétences sous couvert d'une très forte sexuation de celles-ci. Les arguments évoqués « *pendant la formation elles sont très carrées* » puis « *elles oublient très vite* », confirment les effets de la socialisation professionnelle et le choix de la spécialisation dans des domaines réservés aux femmes. Benoît illustre bien la position des hommes de la profession, en considérant que les femmes sont « capables de » ils parent à toute forme d'inégalités et mesure ses propos, tout en assurant fortement la domination masculine « *dès que c'est plus ciblé* », en sous-entendant que les femmes ne seraient plus capables d'être compétentes dans ce domaine spécifique. L'incompétence des femmes dans certains domaines est un argument classique du patriarcat. Michèle Le Doeuff (1998) explique comment les savoirs ne méritent pas tous d'être appris par les deux sexes. De ce point de vue, les femmes sont maintenues dans l'ignorance de certaines choses ou « effacées » tout simplement de l'histoire philosophique ou scientifique. Ce même processus est présent dans le monde de l'art et de la musique et pose la question de la reconnaissance sociale des femmes musiciennes (Traversier & Ramaut, 2019). Celles-ci ne pourraient pas composer des morceaux aussi prestigieux que ceux de leurs homologues masculins, et ne pourraient jouer de la musique que « comme une femme ». La déqualification

du talent féminin prend la voie des inégalités de genre qui relèguent les femmes artistes dans l'ombre.

La légitimité des professionnelles dans cet espace masculin n'est pas reconnue, elles doivent alors user de stratégies pour faire leurs preuves, lorsqu'elles s'y maintiennent. Le cas de Marion et de Laurence éclaire ce point, adoptant une posture en résistance, ces deux professionnelles mobilisent d'autres ressources. L'extrait de Marion illustre le rapport de force qui s'instaure entre la professionnelle du fitness dans un espace de pratiques masculines et les hommes (pratiquants et/ou collègues masculins). Elle doit « *se justifier* », « *montrer sa science* » pour être reconnue comme légitime dans cet espace. La transgression de cet espace masculin suggère des *genderisms* spécifiques tel que le développement d'une répartie (Zolesio, 2009a) (ou/et la mise en jeu corporelle « *sous la barre* » nécessaire à limiter ce rapport « *dominant/dominé* »).

« Je pense qu'en fait quand tu as démontré que tu savais... que tu n'étais pas là en gros pour faire la potiche pour faire décoration, non, franchement, je pense que c'est aussi facile et puis même limites des fois ça peut être motivant pour eux parce que moi je me suis rendue compte, je leur disais « Tu n'es pas capable de faire ça ? Mais même moi je sais le faire ». Et en fait voilà, comme ça, ça motive plus. Mais par contre je trouve qu'il faut avoir du répondant, il ne faut pas avoir peur d'y aller, il ne faut pas être tout timide et ne pas oser parce que je pense que tu te fais bouffer. Mais sinon moi je n'avais pas de mal. (...) Tu as besoin de te justifier je pense, peut-être plus qu'un homme, je ne sais pas mais il faut te justifier, ça c'est sûr. Je pense que c'est un rapport de force, tu sais c'est dominant-dominé. Enfin moi je le vois comme ça. »

Marion, salariée

Marion et Laurence, respectivement issue du pôle culturel des classes moyennes et bien dotée en capital sportif, sont en mesure de remettre en cause les normes de genre dominantes dans ces espaces. La première parce qu'elle ces dispositions sociales le lui permettent et la seconde car elle bénéficie d'un crédit réputationnel important, des titres sportifs, qui légitiment ces compétences en la matière.

L'ordre de genre structure ainsi les rapports sociaux de sexe et participe au processus de reproduction sociale de la domination dans les deux sphères, privée et professionnelle. En choisissant de surinvestir le conformisme sexué dans leurs pratiques professionnelles, ces enquêtées tentent de préserver l'équilibre de leur entreprise et celui de leur couple. Sans empiéter sur le domaine professionnel de leur conjoint elles participent ainsi à limiter leur polyvalence professionnelle et rendent, de manière plus ou moins consciente, leurs carrières asymétriques. La force des normes de genre dans un contexte professionnel de grande dépendance économique qui lie les professionnels aux client·e·s, invite les professionnelles du fitness à légitimer, majoritairement, cette sexuation des compétences professionnelles.

7-1-2 Des compétences techniques d'expert de l'entraînement

La sexuation des compétences est effective pour les hommes et les femmes, mais elle se différencie dans les pratiques professionnelles par une valorisation systématiquement favorable aux professionnels. Cette bi-partition sexuée des compétences s'explique par la différence de prestige liée aux compétences de technicien, l'essentialisation de la posture d'homme dans un entre-soi masculin, le discours des femmes légitimant ces compétences « masculines » et la possibilité pour les professionnels de « transgresser » les espaces plus facilement que leurs collègues/conjointes.

Les enquêtés passent alors tous par ces rites d'accueil (Godelier, 1996) lors de leur professionnalisation. La confrontation physique est indispensable pour prouver sa légitimité en tant que professionnel et assurer sa posture d'homme dans l'espace masculin du plateau de musculation.

« Dès qu'il y avait des mecs musclés ils ne venaient pas me demander des conseils parce que moi j'étais plutôt dans le profil fin, sec, même si j'ai eu fait beaucoup de musculation mais ils ne venaient pas me demander des conseils à moi. Voilà, et je savais très bien que si je voulais qu'on me demande des conseils... Par contre, dès qu'ils me voyaient à la musculation, qu'ils voyaient que j'étais assez fin, qu'ils voyaient que je soulevais 120 kilos au développé-couché..... eh bien là ils venaient me poser 10 000 questions alors que... Pour eux, parce qu'ils l'avaient vu, parce que je l'avais fait, mais je savais très bien que c'était comme ça. Il faut être le rôle

modèle, si je voulais qu'ils me demandent, il fallait que je prenne du volume et de la masse, de gagner leur confiance comme ça. »

Florent, co-gérant de Chloro'Fil

Cet extrait d'entretien avec Florent, précise la façon dont les interactions dans le contexte professionnel structure des genderisms et compétences différenciés.e.s. Entre hommes, la performance atteste d'un niveau de connaissances et de compétences qui légitime la place de l'enquêté comme un professionnel reconnu. Une fois attestée, cette façon d'être un homme qui caractérise la « masculinité hégémonique » (R. W. Connell, 1995) par la valorisation de la force et de la puissance, les professionnels peuvent transgresser les espaces et interventions dans l'entre-soi féminin. En effet, de manière assez classique dans le sous champ comme ailleurs, les hommes engagés dans des pratiques sportives dites féminines sont associés à des hommes dont l'hétérosexualité est mise en doute, comme le montre cet extrait de Laurence.

« Parce que souvent dans ce métier, certains ne sont pas forts en musculation mais sont très forts en fitness quand ils sont un peu à tendance homosexuelle je veux dire, ils peuvent être d'excellents profs de fitness. Moi j'ai eu un gars, que j'aurais embauché, il a préféré partir à Paris, mais qui était foldinguo (rires) si je puis m'exprimer ainsi, pendant les cours. Il était extraordinaire pendant les cours mais il n'aurait pas été bon en plateau musculation, il aurait d'abord eu... Ça aurait été difficile de le faire passer en plateau musculation parce qu'ils sont quand même machos en musculation, quoi qu'il en soit. »

Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme

S'il n'est pas reconnu par les pairs, le groupe des hommes, comme un « vrai homme », le professionnel du fitness ne sera pas légitime. En prouvent également leur légitimité sur le plateau musculation ce qui permet de lever le stigmate ou le doute sur une sexualité qui ne serait pas conforme aux normes hétérosexuelles valorisées dans le sous champ. En mobilisant des compétences professionnelles perçues comme féminines ces enquêtés participent à fragmenter la masculinité hégémonique¹⁰³.

¹⁰³ Cette hypothèse est développée plus largement en partie 4.

Les enquêtés se définissent plutôt comme « technicien » qu'animateur. D'une part, l'animation est plutôt associée aux compétences féminines et d'autre part que le « technicien » est gage de sérieux.

« Je me ressens plus comme un éducateur plutôt qu'un animateur, je suis plus éducateur. J'aime bien expliquer aux gens, je pourrais y passer 3 heures à expliquer le squat, le pourquoi du comment du squat, le pourquoi du comment des tractions, alors que ça ne sert à rien, la personne s'en fout mais j'aime bien ça, je n'aime pas les gens qui ne savent pas ce qu'ils font. »

Baptiste, co-gérant polyvalent de Vita Forme

La répartition des tâches liées à l'encadrement des client·e·s associe le prestige de la technicité aux hommes et les compétences de seconde main aux femmes (Julhe & Honta, 2012). Julien S explique cette idée dans l'entretien, « *de la précision j'appellerais ça plutôt mais oui oui, on va plus analyser la personne et faire des choses en conséquence* ». Les caractéristiques de la masculinité sont donc mises en avant dans un espace quasi exclusivement masculin, le plateau musculation. Dans ce contexte professionnel, les hommes y sont plus légitimes et peuvent y valoriser des compétences professionnelles spécifiques. Dans cet entre-soi masculin, l'hexis corporelle semble de première importance et les enquêtés évoquent la façon dont les normes de genre de ce sous régime de genre spécifique à la pratique de la musculation gouvernent les pratiques professionnelles.

« Je n'ai pas de bodybuilders mais dès qu'il y avait des mecs musclés ils ne venaient pas me demander des conseils parce que moi j'étais plutôt dans le profil fin, sec, même si j'ai eu fait beaucoup de musculation mais ils ne venaient pas me demander des conseils à moi. Voilà, et je savais très bien que si je voulais qu'on me demande des conseils... Par contre, dès qu'ils me voyaient à la musculation, qu'ils voyaient que j'étais assez fin, qu'ils voyaient que je soulevais 120 kilos au développé-couché, eh bien là ils venaient me poser 10 000 questions alors que... Pour eux, parce qu'ils l'avaient vu, parce que je l'avais fait, mais je savais très bien que c'était comme ça. Il faut être le rôle modèle, si je voulais qu'ils me demandent, il fallait que je prenne du volume et de la masse, de gagner leur confiance comme ça. »

Florent, co-gérant polyvalent de Chloro'Fil

Dans cet extrait, il est important de relever la hiérarchisation qui s'exprime également entre les hommes, perspective qui se retrouve dans tous les entretiens. Ce que montre Connell à propos des différentes formes de masculinités, (1995), s'observe pour les hommes de l'enquête. Les compétences professionnelles se différencient selon les pratiques et les normes de genre en vigueur dans ces derniers.

Le discours des femmes participe à cette bi-partition sexuée des compétences professionnelles. De manière plus ou moins consciente, le discours des conjointes/collègues renforce la légitimité des savoirs techniques pour les hommes et le registre de l'animation, plus léger et moins sérieux, pour les femmes.

« Moi je suis vachement dans la communication (hésitation). Lui il est beaucoup plus précis, déjà il est très cartésien. Il est super précis donc déjà ça l'énerve un peu parce que moi mes cours au départ je me dis je sais ce qu'il faut faire passer mais je vais être beaucoup moins dans le détail, je me dis ce qui est important, enfin là par exemple pour cet après-midi, ce sont des gens qui découvrent, c'est qu'ils vivent un bon moment, qu'ils sortent du cours et qu'ils soient contents. Lui ça va être il faut que je sache ma chorégraphie par cœur, enfin que je sache pourquoi je dis ça, enfin voilà, lui il est beaucoup plus précis que moi en fait. »

Delphine, gérante polyvalente d'Oxygène

La ségrégation genrée de l'espace n'apparaît pas aussi forte pour les hommes que pour les femmes. Si les femmes ne sont pas légitimes dans l'entre-soi masculin que représente la pratique de la musculation, les hommes ne subissent pas le même traitement dans l'espace féminin des cours collectifs. Le processus de déqualification semble de ce fait réservé aux femmes, les hommes qui investissent l'espace féminin des cours collectifs n'y sont pas pour autant illégitimes, bien au contraire. Tout d'abord parce qu'ils n'y interviennent que de manière minoritaire en général et, parce qu'ils s'y engagent sur de manière spécifique. Gardant ainsi quelques caractéristiques saillantes de la masculinité hégémonique, ils valorisent les qualités physiques et s'affirment comme de « vrais » hommes. En s'engageant dans l'espace « féminin », les professionnels du fitness s'exposent au risque de stigmatisation, et à la remise en cause de leur virilité. Une des stratégies consiste ainsi à renverser le stigmate que constitue l'exploration du territoire « féminin » (Buscatto, 2014). Un rapport positif à cette pratique professionnelle est alors construit, en revendiquant des dimensions masculines à cette

dimension masculine du métier, ils profitent de leur position minoritaire et s'engagent vers une redéfinition des cours collectifs selon une modalité masculine.

« Non, non mais ouais j'aime bien l'intensité dans le cours. Après il y a un certain plaisir aussi à s'affirmer en tant qu'homme et à dire « bon ben voilà on va faire un cours difficile », tu vois. »

Baptiste, co-gérant de Vita Forme

Ainsi le processus de sexuation des compétences à l'œuvre pour les femmes participe à la déqualification d'une partie de leurs compétences, à contrario, ce même processus participe à valoriser des compétences masculines plus prestigieuses pour les hommes, ainsi que leur engagement, quand il a lieu, dans l'entre-soi féminin. Ils ne subissent pas le stigmate de leur catégorie de sexe et valorisent une position transgressive qui ne remet pas en cause le principe de la domination.

Le contexte professionnel renforce les dispositions sportives et sexuées des professionnels dans un régime de genre favorable à la hiérarchie entre les sexes et la mise en valeur de modèles de genre hyper sexués. Cependant, ce processus n'est pas totalement homogène, des comportements de genre hybrides apparaissent et se distinguent selon les contextes professionnels. De cette façon la socialisation professionnelle n'est pas sans effets sur le système dispositionnel des enquêtés qui peut apparaître hétérogène et dissonant (Lahire, 2004).

7-2 Enjeux économique et complémentarité de genre

Pour les enquêtés qui travaillent en couple privé et professionnel, la division du travail et la répartition des tâches s'organisent de manière sexuée. La complémentarité apparaît comme évidente et naturelle et renforce les rôles sexués privés et professionnels. L'héritage du mythe de la complémentarité entre les sexes (Mathieu, 1991), s'inscrit dans une longue tradition de croyances essentialistes typique du patriarcat. Ainsi, cette complémentarité dans la division sexuée du travail en couple trouve une justification naturelle « allant de soi » qui respecte l'ordre établi.

Dès lors comment le travail d'encadrement des clients se répartit dans les couples qui ne sont pas mixtes ? Lorsque dans l'enquête le couple professionnel est composé d'hommes ou de deux femmes, la répartition des tâches s'organise de manière originale, un-e des deux

enquêté·e·s prend en charge les tâches dites féminines ou masculines. Un des deux hommes occupe en quelque sorte « *la place de la femme* » au sein de la salle, et inversement. La division du travail ne s'effectue plus en fonction de la catégorie de sexe mais bien selon une complémentarité de genre. Les enquêté·e·s s'organisent pour se répartir les tâches du travail d'encadrement des client·e·s, selon leurs ressources en capital spécifique et selon des *genderisms* qu'ils activent dans ce cadre professionnel.

D'une part, la mobilisation des dispositions de genre se fait à des fins commerciales ce qui évite toute confusion entre les catégories de sexes. Dans cette configuration, 3 couples d'hommes et 1 femme avec sa salariée travaillent ensemble. Les enquêté·e·s justifient cette complémentarité entre le « masculin » et le « féminin » comme importante au sein de leur entreprise. Par exemple, Marc accepte de jouer les confidents, il fait preuve d'empathie et d'écoute, des traits traditionnellement décrits comme « féminins », « *moi comme prof de cours collectif j'ai été ce confident-là plus que lui (son frère), par exemple* » (Marc, co-gérant polyvalent de My'Fit).

D'autre part, l'inégalité des capitaux influence la répartition du travail d'encadrement des clients : dans certains couples, seul un des membres possède le capital spécifique. La nécessité économique rend indispensable cette stratégie de maintien dans une activité « féminine ».

« Déjà il y a nécessité dans la salle. Je pense que c'est ultra important dans une salle de sport d'avoir des cours artistiques sinon il n'y a pas de cours parce qu'il ne faut pas se leurrer, un cours collectif encore est majoritairement féminin, c'est-à-dire que si on ne bouge pas une clientèle féminine, on ne fait pas de chiffre d'affaires, il ne faut pas se leurrer. Si on fait la même chose sans les cours collectifs, on a 4 fois moins de clientèle donc bon, par nécessité et ensuite de par, je pense, les capacités tout simplement, je pense être plus capable que mon frère à le faire. Oui ça me plaît (...) Là je m'éclate, j'adore ça (...). Après, à la base, c'est parce qu'il y en avait besoin, ensuite, c'est parce que techniquement je pense que j'étais plus apte à le faire et atteindre un niveau pour pouvoir le proposer et après pour le plaisir. »

Marc, co-gérant polyvalent de My'Fit

L'activité des cours collectifs est celle qui assure la rentabilité des salles de fitness, aussi la nécessité d'occuper ce segment d'activité est primordiale. Marc trouve une valorisation professionnelle dans l'exercice même de son activité qu'il a endossé presque « malgré-lui », mais dont il a développé le goût. Ce processus rappelle celui des hommes sages-femmes qui,

une fois réussi leur concours, se retrouvent dans un métier qu'ils n'avaient pas choisi, malgré-eux, mais trouvent des conditions d'emplois particulièrement intéressantes pour eux, qui les incitent à exercer des métiers « féminins » (Charrier, 2004, 2013).

Cette configuration est semblable pour Florent et Benoît, la nécessité économique d'assurer des cours collectifs engage Florent, plus à l'aise dans cette partie du métier à s'investir sur les cours les plus chorégraphiés. Et de la même façon Sophie et sa salariée Inès se répartissent les tâches professionnelles, « *voilà Inès est très bien en plateau, je me fais jamais de soucis, au contraire elle aime beaucoup tout de qui est muscu, c'est son truc aussi à elle donc (...) du coup ça m'a aussi rassurée dans le sens où voilà on sera deux filles mais bon on assure quand même y a pas de soucis sur le plateau de musculation* » (Sophie, co-gérante polyvalente de Fit'Forme Montplaisir).

De manière atypique, les couples professionnels composés d'hommes ou de femmes questionnent les rapports sociaux de sexe et la division sexuée du travail dans le sous champ du fitness alors qu'en cas de mixité, la naturalisation des compétences renforce les inégalités sexuées classiques du monde du travail. La complémentarité de sexe peut alors subtilement se déplacer vers une complémentarité de genre pour les couples professionnels de même sexe. Les dispositions de genre permettent de bousculer les normes du genre établies sans pour autant remettre en cause la permanence des processus de reproduction de hiérarchisation entre les sexes. La recomposition des masculinités et féminités selon des traits féminins et masculins fait des enquêt·e·s, des figures atypiques de l'ordre genré (Buscatto, 2014a).

Si le travail d'encadrement des client·e·s mobilise en grande partie des ressources corporelles et genrées qui se font l'écho des assignations de sexe, l'autre partie du métier concerne le travail de gestion de la salle, à ce titre d'autres ressources sont nécessaires.

7-3 Le travail de gestion de la salle : une répartition arbitrée par les capitaux.

Pour l'ensemble des couples, le travail de gestion de la salle se répartit de manière équilibrée entre hommes et femmes. Cette partie du métier fait apparaître deux grands pôles de tâches : administratives et de gestion (comptabilité, rentrées d'argent, secrétariat, communication), et celles liées à l'entretien de la salle (aménagement, ménage, travaux, entretien des extérieurs). La répartition des tâches se fait selon la part respective des capitaux détenus par les membres des couples. Chacun·e dispose de ressources spécifiques qui sont mises au profit de l'entreprise.

Couples ¹⁰⁴	Statuts	Capitaux			Répartition tâches de gestion de la salle	Répartition encadrement des clients
		Spécifique	Eco-nomique	Culturel		
Serge	Co-gérant·es	X	X	Bac Technico commercial	Entretien	Musculation
Nicole				Bac Secrétariat	Gestion	Cours collectifs
Delphine	Gérante	X	X	BTS Action Co	Gestion et entretien	Cours collectifs
Nicolas	Salarié			Bac	Entretien	Cours collectifs et musculation
Baptiste	Co-gérant·es	X	X	Cap/Bep	Entretien	Quelques cours collectifs et musculation
Laura		X		Licence Staps	Externalise La gestion	Cours collectifs
M. Langlois	Directeur Général		X	BTS	Gestion	/
Véronique	Salariée	X		Maîtrise Staps	/	Cours collectifs
Benoît	Co-gérants	X	X	Niveau Bac	Gestion entretien	Cours collectifs Et musculation
Florent				Bac	Gestion entretien	Cours collectifs Et musculation
Anne	Co-gérant·e·s	X	X	Deust MDF	Entretien	Cours collectifs
M. X				NR	Gestion	/
Jérôme	Co-gérants	X Spécifique Fitness	Minoritaire	Niveau Bac	Entretien	Cours collectifs Musculation
Bastien			Majoritaire	Master Management Staps	Gestion Entretien	Musculation
Marc	Co-gérants	Spécifique Musculation	X	Licence STAPS	Gestion entretien	Musculation
Bertrand		Spécifique Fitness	X	Bac	Gestion entretien	Cours collectifs

Tableau n°34. Répartition du travail de gestion et d'encadrement au sein des couples de professionnel·le·s.

Dans les couples privés et professionnels, le travail de gestion est assuré par les hommes et les femmes. Sans être particulièrement marqué comme un travail de femme, il s'adresse à celui ou celle qui dispose des compétences lui permettant de faire ces tâches. Nicole précise que dans la répartition, les tâches de gestion sont « plus » son travail car elle dispose d'une formation en gestion et comptabilité et son ex-mari (bac technico-commercial) s'occupe davantage de la communication, « *e toute façon la communication...Et puis lui davantage, voilà, c'est son domaine à lui et puis moi c'était plus mon travail la comptabilité* ».

¹⁰⁴ Les couples en jaunes sont les couples privés et professionnels, en blanc les couples uniquement professionnels.

Tous deux co-gérant·e·s, Serge et Nicole ont une position égalitaire dans la salle. Serge illustre la façon dont il s'écarte au maximum du « travail des signes » (Verret, 1995, p. 91), perçu négativement par les hommes, surtout lorsqu'ils sont issus des classes populaires, comme c'est le cas. Ce travail entre en conflit avec la définition masculine de la capacité corporelle ouvrière (Connell, 2014).

« Je ne suis pas dans l'administratif ici. Un peu, comme quand il faut signer des trucs, des machins, c'est Nelly qui gère tout ça, c'est sa partie à elle, fastidieuse s'il en est. Si elle n'était pas là, j'arrête. Par rapport à ça je veux dire, je me mets dans ma petite structure tout seul avec mon petit carnet, mes petites notes, je ne suis pas informatique du tout en plus. Ce genre d'engin c'est super mais il faut que ça marche. »

Serge, co-gérant polyvalent de Gym Land

En revanche, il se consacre aux tâches d'entretien, *« ah oui, je fais clairement l'entretien 6 heures par semaine (...) pour tenir clean ces 450 mètres carrés et je fais aussi l'entretien des extérieurs »*, et au travail de planification de l'entraînement dont il valorise le prestige et la reconnaissance symbolique, *« j'ai travaillé dur, dur, dur, dur, dur, vraiment beaucoup, j'ai passé un nombre d'heures absolument incalculables et j'ai établi, j'ai établi, je n'ai pas peur de le dire, 7000 programmes personnalisés d'entraînement »*.

Pour M. Langlois, c'est le statut qui organise les tâches et divise le travail, Véronique (son épouse) est salariée et occupe un poste d'éducatrice sportive. Le travail de gestion de la salle n'est pas une de ses fonctions, alors que lui est directeur général et s'occupe de tout le travail de gestion et d'administration de ses sociétés avec ses collaborateurs.

Le statut et la dotation scolaire structurent la division de ce travail de gestion de la salle pour Delphine (gérante) et Nicolas (son compagnon salarié). En tant que cheffe d'entreprise, Delphine prend les décisions, elle occupe le poste de gestion et d'administration de sa salle mais réalise également le travail d'encadrement des cours collectifs et l'entretien. Nicolas, en tant qu'éducateur sportif s'occupe du travail d'encadrement des clients majoritairement, il participe également aux tâches de gestion de la salle (entretien et gestion des abonnements).

« C'est-à-dire qu'ici au début on faisait le ménage ensemble. C'était une catastrophe. On s'engueulait tous les matins. Et moi à un moment donné j'ai dit « commencer la journée comme ça ce n'est pas possible », donc en fait maintenant

c'est chacun son tour.... Parce que moi j'ai ma façon de faire, qu'elle elle n'a pas la même et que forcément et bien à un moment donné ça clashe. « Mais non tu fais ça... », et je lui dis « non maintenant on arrête, moi je ne commence pas les journées comme ça, donc maintenant chacun son tour on fait le ménage », et ça se passe très bien. Le ménage est fait. »

Nicolas, salarié d'Oxygène

Enfin, Baptiste et Laura se caractérisent par une organisation « à l'arrache », sans vraiment se répartir les tâches, ne disposant ni l'un ni l'autre de formations adéquates, il·elle·s ont externalisé le travail de gestion en s'assurant les services d'un cabinet comptable et font appel à une entreprise de communication pour des besoins précis (flyers, site internet). Il·elle·s expliquent assurer les autres tâches de manière indéterminée, mais en y regardant de plus près, l'analyse des entretiens donne des indications sur la façon dont s'organise cette répartition. En effet, Baptiste assure l'entretien de la salle, le soir avant la fermeture lorsque Laura délivre les derniers cours collectifs. Elle précise volontiers qu'elle n'est pas disposée à faire le ménage alors que Baptiste explique « moi ça ne me dérange pas tant que ça tu vois. Non. Même quand j'étais salarié, le ménage ne me dérangeait pas. Autant chez moi ça me fait chier mais sinon au travail non. » Finalement, la répartition du travail de gestion de la salle est imbriquée au travail d'encadrement des clients au sein du couple et au rôle sexué. Le temps accordé à l'un ou l'autre de ces axes implique que l'autre membre du couple gère les autres tâches.

De manière singulière, et inversement à ce qui classiquement observé chez les indépendant·e·s qui travaillent en couple, les tâches d'entretien ne sont pas réservées aux femmes. Lorsque les professionnelles encadrent les cours collectifs, les hommes délivrent des conseils en plateau musculation qui leur assurent une reconnaissance symbolique et sociale plus grande que leur conjointe. En revanche, ils effectuent l'entretien de la salle alors que les conjointes gèrent les tâches administratives. Si les hommes acceptent d'effectuer des tâches « féminines » au sein de l'entreprise c'est qu'elles constituent une partie du travail productif. Cette distribution des tâches liées à l'activité de l'entreprise indépendante s'avère bien plus complexe qu'une simple répartition par capitaux, qui finalement rejoue la distribution sexuée de ces derniers (de Singly, 1986). L'idée est qu'un capital équivalent ne produit pas les mêmes effets selon le sexe de son détenteur s'inscrit donc conjointement dans un processus de différenciation sociale et sexué (Mennesson, 2007).

En ce qui concerne les couples uniquement professionnels, la mobilisation des capitaux assure une répartition égalitaire entre les membres du couple qu'ils soient de même sexe ou non.

Ainsi, c'est l'associé de Sophie qui effectue les tâches administratives : « *tout l'aspect financier ça me... Quand ma comptable m'appelle et qu'elle me dit : ah la la la et la TVA et les machins et les trucs, je lui dis appelez mon associé, voyez ça ensemble, on verra ça plus tard. Je me concentre d'abord sur le, voilà, le fonctionnement de la salle, que ça fonctionne, que ça roule, payer une facture c'est moins intéressant que donner un cours.* Dans ce cas, l'associé de Sophie dispose des compétences liées à l'exploitation des salles de fitness. Sophie choisit volontiers et de manière préférentielle le travail d'encadrement des clients et réduit au minimum, le travail de gestion de la salle. Son « goût » pour l'animation et l'encadrement des client·e·s, « *plutôt des cours collectifs* », lui permet de valoriser son capital spécifique que son associé ne possède pas.

La prise en compte du ménage, si elle pose un problème dans la sphère privée (Kaufmann, 1992), ne pose pas de souci dans le cadre professionnel. Ici, la nécessité d'avoir une salle propre constitue un enjeu commercial et économique non négligeable. La répartition de l'entretien de la salle s'équilibre entre les professionnel·le·s et pose moins de problème que dans la sphère privé, « *lui (Florent) l'a fait ce matin et moi je le fais le jeudi matin* », Manu, Chloro'Fil. Cette configuration particulière des couples d'hommes indépendants résulte des effets de la socialisation professionnelle. Lors de la répartition du travail d'encadrement des clients, la complémentarité de genre opère un équilibre entre les domaines « masculins » et « féminins » de ce dernier. Ceci permet par ailleurs une répartition équilibrée dans le travail d'entretien et de gestion de la salle entre les membres de ces mêmes couples. Néanmoins, il semble nécessaire de regarder ce qui se joue dans la sphère privée, l'arbitrage réalisé par la réaffirmation des rôles sexués dans la sphère domestique donne un autre éclairage et des éléments d'explication sur ces configurations professionnelles de genre¹⁰⁵.

A la fois marquées par des dispositions sociales et sexuées, les modalités spécifiques d'exercice du métier soulignent l'articulation réalisée par les professionnel·le·s pour assurer la rentabilité de la salle. Différentes modalités de gestion apparaissent, l'une plus proche du travail artisanal caractérise le travail en couple, l'autre associée au fitness plus industriel est définie

¹⁰⁵ Cet aspect sera développé en partie 4.

par les franchises. Ainsi, selon l'âge, le sexe et les trajectoires sociales des enquêtée.e.se dessinent des manières d'être indépendant.e.s qui renforcent et/ou questionnent les normes genrées en vigueur dans le monde du travail en général et chez les indépendant.e.s en particulier.

Ces modalités spécifiques du métier ne sont pas sans effets sur la division sexuée du travail. Les résultats de l'enquête mettent en lumière les effets de la socialisation professionnelle sur les pratiques professionnelles et la répartition des tâches à l'intérieur des couples mixtes ou non. Celle-ci légitime une bi-partition sexuée des compétences professionnelles d'encadrement des clients qui renforce les inégalités de genre à l'intérieur de ce secteur d'activités du travail indépendant. Le prestige et la reconnaissance sociale sont plutôt favorables aux hommes, alors que, paradoxalement, la rentabilité de la salle de fitness est assurée par le travail des femmes. La reconnaissance sociale des professionnelles, qui assurent pourtant la pérennité économique de l'entreprise, subit le processus commun au monde du travail, d'invisibilisation et de naturalisation de leurs compétences professionnelles. Ainsi, la division du travail dans toutes ses dimensions revêt un caractère sexué et asymétrique, alors que la répartition des tâches de gestion et d'entretien de la salle varie selon les statuts professionnels et les types de capitaux. Ces façons d'exercer participent à la construction de masculinités et féminités multiples et méritent d'être éclairées par le travail du corps et des sentiments. Les effets de la socialisation professionnelle participent à l'entrée dans la carrière à modifier les corps, il semble alors intéressant de poursuivre cet axe d'analyse afin de mettre en évidence la dimension relationnelle du genre des professionnel.le.s. A ce titre, la division sexuée du travail *du* corps et *par* le corps apparaît toute aussi spécifique qu'intéressante à prendre compte.

CHAPITRE 8. LA DIVISION SEXUEE DU TRAVAIL DU CORPS ET DES SENTIMENTS : MARCHANDISATION DES CORPS ET SÉDUCTION

Le contexte où se déroule la carrière participe à la structuration de nouvelles compétences et l'évolution des dispositions précédemment acquises. Prendre en compte les conditions concrètes de socialisation professionnelle revient à se demander comment les enquêté·e·s s'approprient et incorporent une culture spécifique : la culture fitness (Sassatelli, 2000) avec ses codes et ses normes. Marquée par le culte du corps et l'hyper sexualisation des individus, cette culture fitness impose des normes de genre particulièrement saillantes¹⁰⁶ qui se déclinent différemment dans les espaces de pratiques, ou « gendered spaces » (Johansson, 1996) et selon des modes concrets d'engagement du corps (Louveau, 2004). L'hexis corporelle (Bourdieu, 1979) semble ainsi un excellent indicateur pour objectiver ce que les socialisations produisent sur le corps, comme le montre par ailleurs Christine Mennesson (2007) avec les sportives investies dans des sports masculins (les haltérophiles, les footballeuses, les boxeuses). L'apprentissage par corps (Faure, 2000) participe à son façonnage mais également à celui des dispositions (Faure & Garcia, 2005).

L'usage du capital corporel permet de rendre compte des bénéfices liés à l'apparence et s'inscrit donc comme une dimension importante du capital de genre (Mennesson, 2007) mais s'y limiter serait omettre les compétences mentales mises en œuvre dans les comportements de genre. A ce titre, l'hexis corporelle recouvre le registre de l'apparence mais également la pluralité des schèmes mentaux intériorisés souvent dès le plus jeune âge (Court et al., 2014). Ces manières d'être, de faire, de penser, de bouger font partie de ce que les individus donnent à voir. De ce point de vue, le corps agissant est une grille d'analyse intéressante des modalités d'exercice du métier et de la division sexuée du travail. La mise en scène du corps et les conditions de représentation de soi sur la scène professionnelle permettent d'éclairer cette spécificité du métier. Particulièrement soignée et élaborée, elle s'inscrit dans un travail (au sens économique et symbolique du terme) de stylisation corporelle et performativité du genre (Butler, 2006) par les enquêté·e·s. La stylisation corporelle peut être considérée comme une stylisation genrée du corps qui s'inscrit dans le contexte spécifique du sous champ et des normes de genre qui tendent à opposer le masculin et le féminin. Ainsi, le genre s'y distribue de manière à renforcer l'appartenance à une catégorie de sexe, mais quelques pistes intéressantes permettent de nuancer l'hyper-féminisation et la masculinité hégémonique comme idéaux-types. Le travail

¹⁰⁶ Voir partie 1.

d'esthétisation de soi se décline aussi au masculin, ce qui pose la question du travail corporel effectué par les professionnels pour façonner des masculinités plurielles.

Ainsi envisagée, la production de corps genrés est une contrainte forte de ce régime de genre et pèse sur les enquêté·e·s. En tant que marqueurs sociaux, le corps et le genre sont indissociablement reliés. Pour les professionnel·le·s, la fabrique d'un corps genré devient une ressource mobilisable et « marchandisée », comme pour d'autres professions (Schütz, 2006; Blum, 2013). Elle participe à la division sexuée du travail du corps et des sentiments. Dans ce contexte, « l'image de soi » se construit comme un véritable argument commercial, une carte de visite où le corps discipliné se doit de « performer ». Particulièrement normatif, le sous champ du fitness présente une certaine conformité à l'ordre de genre. S'ajoute la séduction, construite comme une véritable compétence professionnelle, qui recouvre les deux dimensions du capital de genre, corporelle et comportementale. Traditionnellement réservée aux femmes, cette compétence « émotionnelle » est investie par les hommes de manière privilégiée, d'une part parce que les règles des sentiments leurs sont favorables et, d'autre part, parce ce que processus participe tacitement à la reproduction de la domination masculine. Tour à tour corporelle, relevant du registre de l'attirance physique dans un contexte où prédominent les normes hétérosexuelles, et relationnelle, dans le cadre d'un contrat d'échange économique-affectif, la séduction peut être appréhendée comme un rapport social qu'il convient de spécifier.

8-1 La marchandisation des corps : « on est notre carte de visite »

Lorsque Pierre Bourdieu (1979) parle d'hexis corporelle il fait référence aux conditionnements sociaux incorporés tendant à inscrire le rapport au monde social dans un rapport durable et généralisé au corps propre, « une manière de tenir son corps, de le présenter aux autres, de le mouvoir, de lui faire une place, qui donne au corps sa physionomie sociale » (1979, p. 552). Le corps comme « pense-bête » des sentiments, des expériences, des choix, des goûts qui relèvent autant d'une raison et d'un sens pratique que d'une logique sociale. Ainsi, « l'hexis corporelle est une manière pratique d'éprouver et d'exprimer le sens que l'on a, comme on dit, de sa propre valeur sociale » (p. 552). Dès lors, il apparaît intéressant de penser l'hexis corporelle à partir de l'apparence mais aussi à partir des comportements corporels engagés dans ce régime de genre du fitness. La seule gymnastique corporelle porte en elle l'intériorisation de dispositions primitives surchargées de significations et de valeurs sociales préconstruites (Bourdieu, 1979). Cet aspect particulièrement intéressant dans un sous champ dont l'enjeu est tout entier lié au corps, invite à déconstruire cette fabrique d'un corps genré

dans un contexte professionnel spécifique. En effet, en tant que support symbolique et pratique du genre, le corps est un marqueur social qui permet aux professionnel·le·s du fitness d'exister. La place que l'on occupe avec son corps, dans un espace social, exprime tout un rapport au monde qu'il convient de préciser. Les enquêté·e·s expriment bien cet enjeu autour de la valorisation d'une hexis corporelle qui se révèle grâce à la mise en scène de soi et l'aspect performatif du genre. La marchandisation des corps constitue une ressource économique et se retrouve au centre d'une relation de service dissymétrique. Mais au-delà de ce processus, la stylisation genrée du corps et sa mise en scène participent de manière symbolique à renforcer l'ordre du genre. En maintenant une conformité aux normes sexuées dominantes, le groupe des femmes donne à voir une féminité respectable (Skeggs, 2015), alors que le groupe des hommes « bricole » une masculinité hybride esthétique. Fortement contraint·e·s par les injonctions liées à la performance corporelle, les enquêté·e·s ont en commun ce rapport instrumental au corps qui répond à un enjeu économique particulièrement important.

Faire carrière dans le fitness en tant que professionnel·le nécessite donc un travail constant de façonnage du corps et par là-même, de soi. Ce processus continu et permanent incite les enquêté·e·s à mettre en avant ce « travail » du corps à la fois fastidieux et valorisant parce que ce corps se trouve au centre de toutes les attentions et est souvent « *envié* ». Cette caractéristique forte du métier est un signe de reconnaissance du travail corporel accompli et gage de notoriété. Les enquêté·e·s, associé·e·s par les adhérent·e·s à leur salle, donnent à voir un corps qui symbolise le statut de l'entreprise (Boni-Le Goff, 2019). Par conséquent, pour eux et elles, « *avoir un physique* » n'est pas clairement un critère pour rentrer en formation mais il en est un pour « faire carrière » dans le fitness, « *ah oui c'est un critère, c'est un sacré critère, important, oui, et dans certains même ..., c'est par rapport à des gens qui viennent avec un CV, qui essaient de trouver du travail, on va commencer à les regarder de la tête aux pieds pour voir... Si c'est vendeur ou pas. Dans certains endroits c'est vraiment très fort quoi* », (Martine, gérante polyvalente d'Équinoxe). Les enquêté·e·s l'évoquent à demi-mots mais la discrimination par le physique est courante dans le sous-champ : « *Ça c'est carrément... Oui, c'est dégueulasse ça. Ce sont les compétences après, ça n'a rien à voir* », (Sandrine, gérante polyvalente de Zen Studio). Il existe véritablement « un physique de l'emploi » (Hidri Neys, 2011). Ainsi, la conformité aux normes corporelles apparaît comme incontournable pour des professionnel·le·s du façonnage corporel. Autrement dit, comment un·e professionnel·le du fitness pourrait-il·elle être crédible s'il·elle n'arriverait pas à se façonner le corps qu'il·elle promet ? Dans cette

perspective, le manque de conformité aux stéréotypes de genre et normes corporelles des professionnel·le·s est rapidement sanctionné par les client·e·s.

« Moi, je sais que, c'est l'une des premières choses que je t'ai dites, quand j'ai vu Bénédicte et Aya, j'ai dit « avec le sport qu'elles font, elles ne sont pas non plus, euh » Trop sèches, moi, voilà je suis plus côté muscu, moi j'aime les filles qui sont relativement sèches. Donc c'est vrai au début ça m'a... (interpellé) ».

Compagne de Jérémie gérant de Hall fitness

L'extrait d'entretien de la compagne de Jérémie expose les représentations des pratiquantes/clientes (la compagne d'un gérant, pratiquante de musculation) et sa remarque est sans appel : *« elles ne sont pas non plus euh... »* sous-entend qu'elles ne sont pas des modèles corporels à la hauteur des représentations médiatiques et symboliques. Jérémie, son compagnon, le gérant de la salle, confirme ce point de vue : *« Aya elle a eu un enfant donc voilà elle n'est pas non plus svelte, mais sportive oui et Bénédicte qui a fait du hand à un haut niveau, elle est assez massive. C'est pas la fille filiforme de cours co »*. Il ajoute à propos de Agnès, une autre de ses prestataires de service plus âgée : *« oui, 40-50 ans elle est super bien gaulée à son âge. Elle fait pas de muscu non plus que des cours co mais vraiment bien, physique de cours co »*. A ce titre, il existerait *« un physique de cours co »* qui serait *« vendeur »*.

De ce point de vue, les travaux portant sur les métiers où l'apparence est primordiale s'accordent sur cette marchandisation des corps surtout lorsqu'un contrat d'échange est en jeu. Celui-ci peut être émotionnel pour les femmes (Schütz, 2006; Hochschild, 2017) ou économico-sexuel (Blum, 2013) dans le cas atypique des hommes qui s'effeuillent (Blum, 2013). Les injonctions normatives sont à la fois symboliques, liées à la culture des pratiques sportives initiales, et matérielles, relatives à la dépendance économique des professionnel·le·s envers leurs client·e·s. Le principe de l'offre et de la demande donne l'avantage de la relation *« servicielle »* (Jeantet, 2003) ou autrement dit aux consommateur·rice·s (les adhérent·e·s). Ce rapport de service peut prendre la forme d'un rapport de force spécifique lorsqu'une logique de domination apparaît. Comme c'est le cas avec les hôtesses d'accueil (Schütz, 2006), le client se définit comme dominant par rapport au prestataire en posant ses exigences, et à partir de ce moment-là s'opère une confusion entre *« rendre service »* et *« être au service de »*. Cette relation de domination est au principe du *« rapport serviciel »* entre les professionnel·le·s du fitness et les adhérent·e·s. Ainsi, les injonctions au travail de l'apparence, les attentes de

conformité aux normes corporelles du sous champ, donnent l'avantage de la relation servicielle aux adhérent·e·s. La demande est très forte et contraint les enquêté·e·s dans la valorisation de leur capital corpo-sportif (Wipf et al., 2008). La marchandisation du corps passe par la valorisation de l'hexis corporelle et prend une signification tant au niveau symbolique que matériel. Elle apparaît notamment comme garante des compétences professionnelles, « *ouais. On est notre carte de visite, encore une fois* » explique Jérémy. Les enquêté·e·s évoquent un processus « *d'identification* » entre les client·e·s et eux·elles, les professionnel·le·s représentent un modèle corporel idéal, un objectif à atteindre pour les adhérent.es.

« Alors, oui, oui, c'est un peu... oui y a un profil quand même physique parce que le client il va quand même s'identifier, quelque part. »

Véronique, salariée de Forméo, Tourizis

Les retombées économiques sont étroitement liées à ces attendus et les normes corporelles prennent la forme finalement d'injonctions auxquelles il paraît difficile d'échapper : « *alors après on vend de la forme. Je serais malhonnête... je vais être honnête, demain quelqu'un qui arrive qui fait 90 kg, je dirais, non non c'est pas possible. On vend on vend on vend du rêve, on vend... c'est nous, les gens ils s'identifient à nous, beaucoup ...* » (Benoît, co-gérant polyvalent de Chloro'Fil). Le statut de chef·fe d'entreprise impose donc de prendre en considération les indicateurs de rentabilité économique et de ce point de vue les enquêté·e·s sont tous d'accord « *on vend du rêve* ».

« Il y a quand même l'image, le retour de la clientèle. On est jugé quand on est sur un podium devant les autres donc on se doit quand même d'avoir un physique. Si on veut tenir la clientèle il faut pouvoir donner envie aux autres aussi.(..) Bien sûr que c'est vendeur, bien sûr. »

Pierre, co-gérant polyvalent de Top Forme

Dans cette perspective, « *vendre du rêve* » revient à mettre en scène une hexis corporelle, assimilée à une ressource économique. Si cette valeur marchande du corps s'observe dans d'autres secteurs professionnels, comme pour les strip-teaseurs (Blum, 2013) ou les hôtesse de vente (Schütz, 2006), elle est évoquée ici de la même manière par le groupe des hommes et celui des femmes. Ce qui signifie que les hommes aussi s'inscrivent dans des stratégies corporelles de présentation de soi, de valorisation de l'hexis corporelle dans une perspective professionnelle,

et il serait ainsi réducteur de penser que ce travail est exclusivement réservé aux femmes. Cette marchandisation des corps implique un engagement corporel intense, le corps performant regroupe les enquêté·e·s autour de la domestication de celui-ci.

8-1-1 Les injonctions à la performance et à l'engagement physique

De manière classique pour les sportifs (professionnels ou amateurs) et ici les enquêté·e·s, le rapport au corps correspond à une domestication de celui-ci. Ce rapport instrumental au corps permet bien souvent de banaliser la douleur, la souffrance, la fatigue (Sorignet, 2001; Wacquant, 2000; Schotté, 2016; Bertrand, 2011) et dessine en creux les usages sociaux du corps déjà évoqués dans la littérature en sociologie (Boltanski, 1971). Aussi pour les sportives, le rapport instrumental au corps questionne la féminité et les injonctions culturelles qui y sont associées. L'éternel féminin et les qualités de grâce, souplesse, douceur, esthétique et sensibilité qui l'accompagnent sont questionnés lorsque les femmes utilisent leur corps non plus seulement pour la reproduction et le maternage mais pour d'autres fonctions sociales s'opposant à une vision essentialisée de la différence entre les sexes. D'autres travaux s'emparent de cette perspective, ceux notamment de Christine Mennesson (2005) en s'intéressant aux femmes investies dans les pratiques sportives dites masculines ou encore ceux de Paola Tabet (2004) à propos de l'utilisation légitime et illégitime du corps des femmes dans un contrat d'échange économique-sexuel qui s'étend de la prostitution au mariage.

Le corps comme outil de travail révèle ainsi pour les travailleur·euse·s sportif·ive·s une domestication de ce dernier pour un usage spécifique, un usage professionnel. Les hommes et les femmes de l'enquête, mobilisent un corps comme outil de travail et dans le même temps portent une attention particulière à l'entretien de soi et au travail de l'apparence. L'habitus corporel organise implicitement le rapport des individus d'un même groupe à leur corps et permet la production de conduites physiques différentes. Dit autrement, pour les enquêté·e·s l'hexis corporelle rend compte à la fois du passé incorporé et des effets de la socialisation continue. Issu·e·s majoritairement des classes moyennes (pôle culturel et/ou économique) et populaires, les enquêté·e·s se sont déplacé·e·s/replacé·e·s dans l'espace social ce qui multiplie les contextes sociaux d'acquisition et les occasions d'activation/d'inhibition des dispositions (Lahire, 1998). En effet, entre les dispositions acquises lors des primes socialisations et les effets de la socialisation continue, le système dispositionnel se trouve modifié, tout comme la

structure et le volume des capitaux¹⁰⁷. Si l'ethos des enquêté·e·s s'appuie sur des valeurs morales fortes qui évoluent peu et sont plutôt renforcées par la carrière professionnelle, la production d'une corporéité genrée reflète l'acquisition de nouvelles compétences associées à la socialisation professionnelle. Ainsi, les dispositions à l'effort, la compétition, le travail caractérisent l'ethos des professionnel·le·s depuis longtemps et se retrouvent activées, voire renforcées, dans la carrière. Et les pratiques d'esthétisation de soi et le travail de l'apparence, indispensables pour se maintenir dans cet espace social spécifique, sont acquises lors de la professionnalisation. Aussi, le façonnage de l'apparence porte bien sur une valorisation/transformation de l'hexis corporelle selon des normes propres à culture fitness. Si elle constitue une modalité spécifique de l'exercice du métier commune aux hommes aux femmes, elle participe à renforcer les inégalités de genre que constitue la division sexuée du travail.

L'instrumentalisation des corps, qu'il s'agisse des boxeurs (Wacquant, 2000), des danseurs contemporains (Sorignet, 2001) des danseur·euse·s hip hop (Faure & Garcia, 2005) des coureurs (Schotté, 2016) ou des footballeurs (Bertrand, 2011) pose la question de la gestion de capital corporel par les sportif·ive·s.. A ce titre, deux paramètres importants se distinguent dans la carrière fitness : la gestion de l'épargne corporelle et la temporalité de la carrière. En effet, la nécessité d'une performance corporelle renouvelée à chaque cours invite les professionnel·le·s à s'inscrire dans une temporalité spécifique et à apprendre à gérer l'engagement dans cette prestation physique. Par conséquent, cet engagement corporel physique et intense ne peut être de longue durée, d'autres stratégies se mettent en place pour renouveler cette performance au quotidien et s'assurer ainsi la possibilité d'une carrière sur le long terme¹⁰⁸.

La performance corporelle, sportive, concerne autant les hommes que les femmes, les attentes du « public » ne présentent pas d'asymétrie de ce point de vue. Les professionnel·le·s, les gérant·e·s-polyvalent·e·s, c'est-à-dire ceux-elles qui délivrent des cours plusieurs fois par jour toutes les semaines, sont confronté·e·s à la nécessité d'une véritable gestion de leur capital corporel. Compte tenu de l'engagement physique et de son intensité, les corps des professionnel·le·s sont soumis à rude épreuve, la performance est une des composantes du métier à prendre en compte pour saisir comment s'articulent la carrière des enquêté·e·s et leur positionnement dans l'espace des professionnels. Outre les dispositions sportives acquises pour

¹⁰⁷ Voir Partie 2.

¹⁰⁸ Cette perspective est détaillée dans la partie 4.

tou·te·s durant la socialisation primaire, c'est bien un état d'engagement corporel qu'il faut renouveler à chaque cours de la journée.

« Même 200 % oui, quand t'es en cours il faut tout donner, il faut donner envie aux gens de revenir donc si t'es pas à 100 % ou 200 %, si toi t'es pas à fond comment veux-tu que la personne qui est derrière toi soit à fond ? Et puis plus t'es à fond, plus ils sont à fond et plus t'as envie de te donner, enfin c'est un cercle vicieux en fait, donc oui oui il faut il faut. Tu fais pas ce métier là si t'as pas envie, si t'es pas motivée. (...) Non non non tu fais pas ça par défaut parce que non c'est quand même de l'investissement physique tu donnes quand même de ta personne donc, donner un cours pour deux personnes, être à 200 % pour deux parfois voilà... Donc voilà, donc être à 200 % pour deux personnes si t'aimes pas ça, tu fais pas longtemps non. »

Sophie, co-gérante de Fit'Form, Montplaisir

Dans son discours Sophie montre sa double préoccupation en tant que co-gérante polyvalente, elle explique sa volonté de « *donner envie aux gens de revenir* » et exprime ainsi son ambition de fidéliser les clients. Et, en même temps, elle souligne l'intensité de l'engagement nécessaire en tant qu'éducatrice sportive : « *si toi t'es pas à fond comment tu veux que la personne qui est derrière toi soit à fond* ». La capacité à « *être à 200%* » révèle bien le rapport serviciel (Jeantet, 2003) et la relation marchande entre la professionnelle du fitness et le-la client·e. Ce rapport de consommation et de mimétisme de la part du public est porté par l'engagement physique et corporel du professionnel. Il repose sur le rôle que joue le professionnel·le sans lequel le marché du fitness ne peut se développer. Cet aspect du métier est donc difficile à maintenir pour ceux·elles qui ne sont ni « *passionnés* » ni en condition physique, et malgré cela tenir la cadence est un véritable challenge : « *parce qu'on donne quand même beaucoup, on s'use, on s'use beaucoup donc...* » (Sophie). Pour les gérant·e·s non polyvalent·e·s, cet aspect est difficilement compréhensible, Maurice manager de la salle ForméO Montplaisir, explique le regard qu'il portait sur les « *profs* » à son arrivée dans le milieu.

« Moi qui ne viens pas de ce milieu-là, j'ai eu un peu de mal au départ à le comprendre parce que je ne comprenais pas, ouais un prof fait deux cours dans la journée, trois cours, quatre cours et c'est bon quoi. Moi je suis là de 9h à 21h. Oui mais lui a quand même un engagement physique (...) Il faut se préserver, c'est leur

physique. Pour moi, ce sont des sportifs de haut niveau. Moi, ce qu'ils font, tous les jours je leur dis bravo et revenir le matin à 9h30 avec la banane jusque-là, c'est bien ! »

Maurice, manager de ForméO, Montplaisir.

Par la suite, il reconnaît la performance des professionnel·le·s et les compare à « *des sportifs de haut niveau* ». Ces propos illustrent la reconnaissance de leur engagement physique et contribue à la valorisation sociale d'un métier aux stéréotypes parfois dévalorisants : « *les frimeurs* » (Charissou, 2019) dont l'activité professionnelle paraît « *futile et insignifiante* » (Pichot et Wipf, 2011).

Au-delà de ce corps performant, une des spécificités du métier impose de sublimer la fatigue, la blessure, la lassitude psychologique et physique (Sorignet, 2001). La représentation sur la scène professionnelle passe par un engagement relevant du don de soi, voire de l'abnégation physique, « *tu donnes de ta personne quand même* » et représente un véritable coût pour les professionnel·le·s. L'usure s'effectue tant au niveau physique que psychologique, la fatigue exacerbant les aspects contraignants des conditions d'exercice du métier : « *parce que 35 heures dans une salle, du lundi au mercredi t'es en pleine forme parce que tu t'es reposé le weekend, peut-être que tes cours du jeudi vendredi ils ne ressemblent pas tout à fait à tes cours du lundi mardi, parce que t'as la lassitude physique, t'as la lassitude mentale, il faut être passionné pour faire ce métier (...) T'es fatigué, t'as mal partout, tu viens d'enchaîner quatre jours de cours et le dernier jour tu as encore deux cours à faire même s'ils sont plus cools (...) Mais il faut que tu ailles à nouveau faire un cours sur la musique, t'occuper des gens qui seront en attente où tu te mets en avant aussi. Un cours t'es à minimum 150 %. Pour que les gens soient à 50 % on dit qu'il faut être à 150 %* » (Alban, indépendant).

Le vieillissement apparaît alors comme un des facteurs contre lequel il semble difficile de lutter, et qui altère la performance et cet engagement intense dans l'exercice du métier. Comme pour d'autres carrières sportives (Bertrand, 2011; Schotté, 2016; Wacquant, 2000), le métier dispose d'une temporalité qui lui est propre. Le temps remet en question cette marchandisation des corps, l'argument commercial perd de sa valeur symbolique et économique, une asymétrie se révèle entre les hommes et les femmes. C'est donc au prisme du genre et de l'âge que la durée dans le métier mérite d'être comprise, mettre en relation le statut de l'apparence et la carrière des enquêté·e·s permet d'éclairer les effets variés du vieillissement pour les un·e·s et les autres, les différences notables « *sur les corps* » et « *dans les corps* » se distinguent.

8-1-3 Le temps comme adversaire

Selon Bourdieu (Bourdieu, 1984), « l'âge est une donnée biologique socialement manipulée et manipulable » (p.145). En d'autres termes, dans la société contemporaine l'âge biologique se double de « l'âge social », celui qui fait que les normes liées à l'âge sont connotées négativement et dévalorisantes. Les transformations corporelles liées au processus de vieillissement débutent dès la fin de la croissance (Joanette et al., 2011) mais seules certaines sont catégorisées comme des signes du vieillissement. Les marques du vieillissement sont retenues et assimilées à la dégénérescence, à l'altération alors que dans certaines sociétés, lorsque le statut social des vieilles personnes est valorisé et associé à l'acquisition de nouveaux pouvoirs, la perception de la vieillesse est différente et met à distance cette façon de la voir comme un déclin. L'évolution du corps, de son apparence et les signes du vieillissement marquent les discours et les représentations sur l'âge qui reposent sur deux modèles : « le jeunisme » et « la vieillesse » (Courcoux et al., 2017). Ces deux modèles sont des constructions visant un public différent, alors que le « jeunisme » est valorisé dans la société marchande, le modèle de la « vieillesse » vise les consommateurs du 3^{ème} âge. Le corps changeant, les contextes marchands s'adaptent et la promotion de la santé en est un des axes majeurs.

Les propos des enquêté·e·s décrivent bien la façon dont les normes du « jeunisme » sont une injonction forte du métier, sur cet aspect les hommes et les femmes s'accordent à dire que l'idéal-type du professionnel est « jeune, beau et dynamique », « à 40 ans ils sont cuits » (Alain, gérant de Go Fitness). Une ligne de fracture apparaît entre les enquêté·e·s en fonction de leur classe d'âge. Pour les plus jeunes, le stigmate du vieillissement du corps est associé à une image désuète du·de·la professionnel·le du fitness et à une baisse des performances corporelles, de l'engagement physique, « *et oui, parce qu'au départ tu es au taquet, tu sors de formation, tu sautes dans tous les sens, et puis après tu sautes moins* » (Marion, salariée). Marion met en évidence la perception qu'ont les plus jeunes, des professionnel·le·ss du fitness « âgisé.e.s ».

Le vieillissement et la baisse de performance du corps apparaissent distinct·e entre ceux·elles qui ont fait l'expérience d'un corps vieillissant et les autres, les plus jeunes.

« On s'est toujours entraîné beaucoup et fait beaucoup de sport, donc, ça vient se cumuler. On vieillit, y a l'âge parce que 30 ans ça paraît jeune mais dans ce boulot ça commence...C'est l'âge de la maturité on va dire. Mais c'est ça, quoi,

concrètement, physiquement on est usé (...) En permanence, il faut montrer qu'on s'entraîne il faut montrer qu'on est capable de faire un cours. »

Bertrand, co-gérant polyvalent de My' Fit

Cependant, les longues carrières en tant que professionnel·le du fitness sont possibles mais pointent les asymétries entre les hommes et les femmes. La durée dans le métier pose davantage de contraintes pour les femmes que pour les hommes compte tenu des normes de genre. L'âge constitue ainsi un facteur de disqualification professionnelle dans le sous champ même si cette analyse mérite d'être nuancée. Ce processus asymétrique renvoie à un encodage de ces perceptions selon les cadres genrés du regard (Woodward, 2006) dans la culture visuelle occidentale (Silveira, 2014). Celle-ci est « saturée » de représentations structurées selon l'âge (Woodward, 2006) où les corps féminins sont à la fois invisibles et/ou « hypervisibles » (Woodward, 2006) c'est-à-dire réduits à leur âge. Ces représentations sont également construites d'après « le regard masculin » (Silveira, 2014) et selon le « regard jeune » (Gullette, 2013).

Les plus jeunes sont souvent la cible préférentielle des médias, qu'il s'agisse de la publicité ou des héros, héroïnes, stars de la chanson, du petit ou grand écran, icônes de marques ou champion·ne·s sportif·ive·s. Sur cet aspect, la littérature est nombreuse et le travail de Geneviève Sellier sur les stars de cinéma est particulièrement intéressant. L'autrice explique que, pour les stars, et plus spécifiquement les acteurs de cinéma, le vieillissement se double d'un standard genré (Burch & Sellier, 2009) : seuls les hommes ont le droit de vieillir à l'écran. Les actrices de plus de 50 ans sont absentes des films à gros budget alors que les acteurs de plus de 70 ans tiennent encore la tête d'affiche. Cette inégalité entre les hommes et les femmes du point de vue de l'âge montre une discrimination, très présente également dans le cinéma tant au niveau international que français, pourtant moins enclin aux diktats commerciaux. En revanche, l'autrice précise que la nouvelle vague de réalisatrices laisse la part belle aux actrices plus proches des réalités sociales et questionne le regard normatif masculin. Cette perspective renseigne une caractéristique forte de cet encodage du regard et des perceptions, les standards genrés largement véhiculés par les médias, dispensent une sorte d'hypervisibilité du corps féminin jusqu'à environ 50 ans, puis une opération d'invisibilité prend le relais. Autrement dit, tant que le corps féminin est rentable sur le marché des biens symboliques il est montré comme hyper sexualisé, par la suite il disparaît du paysage médiatique ou constitue un espace de « resignification » (Butler, 2006) dans les arts visuels féministes (Silveira, 2014).

Néanmoins, les hommes rencontrent également des difficultés, notamment pour ceux qui ont misé sur les représentations de la masculinité hégémonique. Pour les hommes, les liens entre évolutions du corps, vieillissement et représentation de la masculinité peuvent aussi être questionnés selon les contextes. Véronique, bien au fait des stratégies commerciales du fitness industrialisé « Les Mills® », évoque un renouvellement des modèles médiatiques autant masculin que féminin, précisant ainsi que, si certains hommes pouvaient en tirer profit, c'est moins le cas plus récemment¹⁰⁹.

« J'aurais aimé. Les Mills® c'est arrivé trop tard, je l'ai toujours dit. Ils seraient arrivés dix ans plut tôt... [L'enquêtrice : Leur politique c'est les jeunes ?] Ah ben là aujourd'hui plus que jamais. Y en a beaucoup qui vont être éjectés là, malheureusement. J'ai l'impression qu'ils changent un peu. [L'enquêtrice : Éternelle jeunesse ?] J'ai l'impression, voilà, qu'ils veulent renouveler, je sais pas, pourtant y a des super coachs mondiaux mais c'est ce que j'ai entendu dire, je ne sais pas si ça va effectivement se maintenir, mais... »

Véronique, salariée de ForméO Tourizis

Le processus de vieillissement semble donc aussi concerner les hommes dans le milieu du fitness, mais il apparaît moins sanctionné par les normes sociales.

La valorisation de l'hexis corporelle et l'instrumentalisation du corps qui y est associée dans ce régime de genre spécifique met au jour les contraintes de cette marchandisation des corps. L'enveloppe corporelle ne suffit pas, la performance, l'engagement physique sont des injonctions fortes du métier et dessinent en creux le sens de l'épargne corporelle intériorisée par les hommes et les femmes. Cet aspect révèle une forme d'asymétrie dans la carrière des professionnels compte tenu des normes culturelles idéalisées du féminin et du masculin et qui s'actualise dans les pratiques de police corporelle.

¹⁰⁹ Voir partie 1.

8-1-3 La gouvernance des corps

Finalement pris au piège de la performance et de leur propre mise en scène, les professionnel-le-s ne disposent que de peu de marges de liberté entre injonctions au rôle et « gouvernance » des corps pour reprendre l'expression de Michel Foucault (1989). Faire carrière dans le fitness impose des règles qui creusent encore un peu plus les inégalités entre les hommes et les femmes. Ainsi, pèsent sur la carrière deux contraintes importantes qui se différencient selon l'ordre du genre : d'une part les normes sexuées, parmi lesquelles le vieillissement du corps constitue un stigmate particulièrement déclassant et disqualifiant pour les femmes, et d'autre part la police corporelle qui implique une « gouvernance » du corps pour les femmes et pour les hommes.

8-1-3-1 La police corporelle assignée aux professionnelles

Dans la sphère professionnelle, les femmes subissent de plein fouet les effets de la domination masculine dans la mesure où, si l'on suit l'analyse proposée par Pierre Bourdieu (1998), les femmes sont incitées à se traiter elles-mêmes comme des objets esthétiques compte tenu de leur place sur le marché des biens symboliques. Prédisposées à la gestion de l'apparat, les femmes dans les métiers de présentation « ne sont pas des femmes au seul sens biologique du terme : elles symbolisent une forme de féminité et sont beaucoup plus lisiblement classifiées comme « vraies » femmes que les autres » (Schütz, 2006, p.151).

Michel Foucault (1989) parle de « gouvernementalité » dans la mesure où le corps reste le lieu d'imposition privilégié « des contraintes, des interdits ou des obligations » (1975, p.161). Il analyse le pouvoir tel « 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 » (Foucault, 1989, p.135). Dans le sous champ, les institutions n'ont pas d'interventions directes compte tenu de l'indépendance du fitness commercial. N'étant pas un « sport » (institutionnalisé, compétitif), le fitness ne dépend pas de fédérations sportives nationales qui tendraient à contrôler les professionnelles de

métier¹¹⁰. Ici, la forme de gouvernance des corps est sous-tendue par des pratiques individuelles qui s'incorporent et sont communes à toutes les professionnelles de l'enquête. Ces prescriptions sont puissantes, elles ont des retombées économiques très importantes pour ces professionnelles majoritairement indépendantes.

Tout d'abord, comme le précisent les enquêtées, l'ambiance de la salle joue un rôle dans cette police corporelle. En effet, selon le type de fitness développé, et en conséquence la clientèle qui y est associée, les représentations symboliques associées à l'idéal féminin varient.

« Après ça dépend de la mentalité de la salle en fait. C'est en fonction de l'attente des pratiquants et de la clientèle que l'on a. Et les remarques c'était souvent... Souvent les filles sont très dures et elles disaient qu'elles n'avaient pas envie d'avoir de consignes d'une fille qui avait du surpoids parce qu'en plus ça montrait que ça ne marchait pas puisqu'elle était en surpoids donc elles ne voulaient pas avoir des consignes, des conseils de quelqu'un qui ne prenait pas soin de lui, c'est ce qui ressortait des adhérents. »

Florent, co-gérant polyvalent de Chloro'Fil.

Florent qualifie ici les représentations des femmes sur les professionnelles de « *très dures* ». S'il n'existe pas de hiérarchie entre les femmes, comme c'est le cas pour les hommes, elles se positionnent en revanche en concurrence. En effet, en suivant Pierre Bourdieu (Bourdieu, 1998), les femmes intériorisent très tôt une valeur sur le marché des biens symboliques, dont l'hexis corporelle est une composante majeure. Dès lors, le travail de façonnage du corps s'inscrit véritablement comme déterminant dans les rapports sociaux de sexe. Dans une société où prédominent les normes hétérosexuelles, lorsque les femmes investissent une pratique corporelle, il semble important qu'elles en retirent des bénéfices symboliques soit sur le marché matrimonial, soit pour leur trajectoire sociale. Les liens qui unissent emploi, sociabilités et travail de l'apparence ne sont plus à démontrer (Hidri-Neys, 2011). Pour les professionnelles, de manière générale le manque de conformité aux stéréotypes de genre et normes corporelles est rapidement sanctionné par les clients, et surtout par les clientes.

¹¹⁰ On retrouve d'autres formes de gouvernance dans le sport professionnel, notamment chez les footballeuses. Christine Menesson (2006) montre bien de ce point de vue la façon dont les dirigeants des institutions, majoritairement des hommes, tentent de contrôler par une véritable croisade morale les sexualités chez les joueuses professionnelles (considérant l'homosexualité comme une pratique déviante) ainsi que la conformité de leur apparence à leur catégorie de sexe.

« Oui, enfin en général dans ce métier, elles sont rarement pas... Elles sont rarement... C'est quand même très rare que la prof de fitness ne soit pas attentive à son corps. D'abord on ne tient pas si on a, si on pèse trop, on se cale pendant les cours, on est poussive. Si on n'a pas une bonne diététique, on n'a pas d'énergie et on ne tient pas la route. On ne peut pas être prof longtemps si on n'a pas une bonne hygiène alimentaire et de vie même je veux dire, jusque-là, donc inévitablement on s'y met à l'être. »

Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme.

Cet aspect représente un effort et une permanence dans les pratiques de gouvernance du corps tout au long de la carrière.

« On m'a souvent dit : ah y avait un prof de fitness à tel club, dis donc elle était ronde et na na na, pour une prof de fitness. On n'a pas le droit d'être rond et prof de fitness et d'avoir des formes, si t'es prof de fitness tu dois être comme ça quoi, »

Sophie, co-gérante de Fit'Form Montplaisir

De ce point de vue, le métier et l'appartenance à une catégorie de sexe impose une certaine forme de discipline, au sens d'un contrôle rigoureux de celui-ci non par pas les institutions mais la *doxa* du sous champ. Le corps des femmes se trouve alors particulièrement exposé aux feux de la critique en tant qu'être perçu (Bourdieu, 1998). Ceci implique alors pour les enquêtées une véritable domestication corporelle qui passe par de nombreuses pratiques de mise en conformité corporelle et de genre propres aux sous régimes de genre du fitness. Les pratiques alimentaires sont alors associées à la gestion du poids et au contrôle de la corpulence, ces pratiques à visée « disciplinante » décrivent toute la force des effets de la socialisation professionnelle. Avec l'hygiène de vie elles ont un impact direct sur l'apparence physique et sanctionnent un corps qui ne serait pas sous contrôle. L'ethos du travail et la construction volontariste de soi des enquêtées fait écho d'une part à leur trajectoire sociale, sportive et d'autre part au rendement symbolique de corps « féminin ». Particulièrement marquée chez les femmes en général, et chez les professionnelles enquêtées, la surveillance et le contrôle du poids renvoient à une capacité de contrôle du corps qui lie étroitement la fabrication d'un « corps de classe » (Bourdieu, 1979) et

le travail du genre. Pour Muriel Darmon, « l'idée du corps « gros » comme corps subi, abominablement naturel » s'oppose à celle du corps maigre qui « incarne l'ethos du travail et la construction volontariste de soi, comme culture du corps supérieure à la nature » (2003, p.288). Ce point de vue se superpose avec l'appartenance à une catégorie de sexe, des dispositions sexuées et les cadres genrés du regard (Rennes, 2016; Rennes et al., 2019). En effet, être une femme « grosse » implique un double stigmate celui d'être une femme qui ne contrôle pas son corps et ne correspond pas aux standards, aux normes esthétiques des femmes d'aujourd'hui. Cette double peine rend la position de la femme fragile par une dévalorisation symbolique dans toutes les sphères de la vie sociale.

Enfin cette perspective sociale se double d'une perspective genrée, les professionnelles du fitness, de la « re-mise » en forme, incorporent très tôt un habitus corporel visant à discipliner le corps dans sa forme mais aussi dans sa fonction, notamment reproductrice. Le choix délibéré de ne pas avoir d'enfants est souvent perçu de manière stigmatisante (Gotman, 2017) et à contre-courant (Debest & Mazuy, 2014). Pour les professionnelles, la question de la maternité est souvent évoquée comme ayant un coût et n'est pas sans effets sur la carrière. Avoir des enfants, voir son corps se modifier tout au long de la grossesse, et « revenir » après, représente une véritable gageure pour les professionnelles.

« Y a une phase. Puis après, aussi je veux dire tu te poses la question aussi quand tu as ton arrêt, est-ce que je vais revenir... En forme... au top. En plus moi j'ai eu un arrêt de plus d'un an parce que j'ai été arrêtée dès que je suis tombée enceinte. Mais bon, voilà, après le plus dur c'est de revenir après un an d'arrêt, le corps, qu'est-ce que j'en ai chié à la reprise parce que tu as beau te dire tu vas te préparer avant, tu parles, tu profites du bébé. Non ben non la semaine prochaine, oh la la. Trop tard ça y est. Là quand tu te remets, là, au secours, au secours, là ça fait mal. Donc après tu as quand même le doute qui s'installe. Ah ben oui la remise en question. Puis tu as été remplacée, est-ce que ta remplaçante n'était pas meilleure, tu vois, est-ce que ? Ah oui non non, moi je me suis posée des questions. Ça a été le seul arrêt d'ailleurs. »

Véronique, salariée de ForméO, Tourizis

Véronique décrit ici la difficulté de retrouver son apparence, son corps performant à la suite de la grossesse. La difficulté d'articuler choix de vie intime et carrière professionnelle s'avère

difficile pour les professionnelles du fitness. Lors du 2^{ème} entretien, elle évoque dans la confiance le cas de Delphine, ancienne collègue.

« Mais ça reste compliqué dans le métier c'est sûr, parce ce que là je connais une coach elle a sa propre salle, elle galère, elle galère, elle a eu un bébé, là elle est enceinte du deuxième, elle avait envoyé un message sur Facebook elle était à la recherche d'un prof, son compagnon qui faisait des cours, lui a eu des problèmes de santé, donc tous les deux à la rue, comment tu fais ? Et ça tourne ton club, c'est un petit club, mais quand même, quand même, puis après, attend, deux gosses maintenant à gérer, en plus quand c'est ton club. »

Véronique, salariée de Forméo

Entre culture fitness et impératifs économiques, la police corporelle est une pratique incorporée très tôt par les professionnelles du fitness. Les femmes sont obligées, parfois, de faire des choix de vie importants. La maternité pose davantage de problème et représente un véritable coût pour les carrières des professionnelles, alors que la paternité est relativement peu exprimée de cette façon par les hommes enquêtés. Hommes et femmes sont confrontés à des pratiques « disciplinantes » qu'il s'agisse du contrôle du poids, de l'hygiène de vie et de la période de maternité pour les femmes, du contrôle de l'épiderme et du façonnage du gabarit pour les hommes.

8-1-3-2 La gouvernance du corps des hommes

Pour les hommes, la masculinité hégémonique étant à l'œuvre, un des points centraux de la marchandisation des corps des hommes est l'argument de la masse musculaire. A la différence des femmes, cette gouvernance du corps renforce la dimension collective et de la masculinité, les hommes se contrôlent entre eux, les femmes sont bridées par le regard masculin. Cet aspect renforce la hiérarchie, ici corporelle et donc symbolique, dans le groupe des hommes et de la domination des hommes sur les femmes.

De la même manière que pour les femmes enquêtées, les normes corporelles pour les hommes sont de l'ordre du ni trop, ni trop peu et s'inscrit dans une forme de « masculinité¹¹¹ » (Frayse, 2013, p.138), masculinité évaluée en fonction du kilo de muscles : « *Ce sont des a priori qui sont totalement faux, on le sait (Le kilo de muscle est vendeur ?) A priori oui. On ne peut pas dire le contraire, on ne peut pas dire le contraire* » (Baptiste, co-gérant polyvalent de Vita Forme). Longtemps associée à la force et à la culture du corps issue d'une tradition populaire, la masse musculaire symbolise la puissance et la masculinité hégémonique. Les activités de musculation y sont associées, qu'il s'agisse de l'haltérophilie, de la musculation esthétique, du body building et/ou de la force athlétique. La corpulence et la volumisation musculaire font partie des représentations symboliques de ces activités sportives. Cet aspect se retrouve au Salon du Body Fitness, au niveau macro social, les personnalités du fitness mettent en avant des modèles de genre différenciés¹¹² et pour les hommes l'augmentation de la masse musculaire, de la corpulence, permet de se positionner sous les traits de la « masculinité ». Le « *kilo de muscle est vendeur* » mais toutes proportions gardées c'est-à-dire « *sans faire peur* ».

« On est notre carte de visite, encore une fois. Mais il faut pas tomber dans l'extrême. Par exemple, il y a deux filles qui sont venues, elles sont venues s'inscrire, elles étaient parties à Body forme visiter, le gars lui a fait peur quoi, parce qu'à Body forme le mec c'est un body builder, ça leur a fait peur, non non non c'est dégueulasse, encore une fois cet esprit de m'as-tu vu c'était trop donc un juste milieu. »

Jérémy, gérant de Hall Fitness

Si trop de muscles est un facteur limitant et repoussoir pour l'inscription des adhérent·e·s, le contraire l'est également. A l'instar d'autres professionnels, tels les strip-teaseurs (Blum, 2013) cette marchandisation des corps les oblige à rester compétitifs, « commercialisables », et nécessite une obligation d'auto-surveillance stricte. Pour ces derniers, majoritairement issus des milieux populaires, l'investissement sur le physique est une forme d'issue dans un parcours professionnel souvent précaire. Les professionnels du fitness ont un usage professionnel de leur corps en tant qu'outil de travail, certes la valorisation de l'hexis corporelle y est

¹¹¹ « Les muscles sont saillants, les poses faisant ressortir la force de l'homme (...) le but n'est pas, dans ce cas, une érotisation des corps, mais une démonstration de puissance et de force, suggérée par la valorisation de la musculature du cycliste » (Frayse, 2013, pp.138-139).

¹¹² Voir Partie 1.

primordiale mais elle s'accompagne des connaissances liées au façonnage du corps, à l'entretien de celui-ci et à la production de performance physique¹¹³ ce qui les différencie des strip-teaseurs.

Cette marchandisation des corps communes aux professionnel·le·s laisse apparaître des différences sexuées, la division du travail des corps révèle les contraintes différenciées de ce régime de genre qui pèsent sur les enquêté·e·s. La mise en scène de soi participe également à cette marchandisation des corps et contribue à définir le masculin et le féminin dans cet espace social.

8-2 La performativité du genre

La stylisation genrée du corps (Butler, 2006) ou « style corporel » peut être envisagée comme une dimension du capital de genre dont les bénéficiaires minorés ou majorés sont à mesurer. Elle se trouve rarement objectivée comme piste d'analyse, les travaux de Christine Mennesson (2007) offrent de ce point de vue une perspective intéressante. Cette expression empruntée à Judith Butler précise une dimension fondamentale de la performativité du genre, « l'idée que le genre est performatif a été conçue pour montrer que ce que nous voyons dans le genre comme une essence inférieure est fabriquée à travers une série ininterrompue d'actes, que cette essence est posée en tant que telle dans et par la stylisation genrée du corps¹¹⁴ » (2006, p.36). Autrement dit, il faut comprendre la performativité comme un processus qui s'inscrit dans une temporalité qui se tient « dans et par la culture » (2006, p.36). Il ne s'agit pas d'un acte unique mais de rituels, de répétitions, ce qui rejoint en partie la notion d'habitus, et « produit des effets tel un processus de naturalisation qui prend corps ». Les travaux de l'autrice s'appuient sur la théâtralité de la présentation *queer* de soi, et sèment le « trouble dans le genre » en proposant non pas une inversion mais une subversion du genre. Cela revient à se demander si le genre est quelque chose que l'on peut tenir devant soi ou une partie de soi : « être du sexe féminin est-il un « fait naturel » ou une performance culturelle ? » (2006, p.53). Avec ces mots, l'autrice évoque ce qui est au centre de ses réflexions, les injonctions normatives qui constituent

¹¹³ Ces compétences professionnelles paraissent donc beaucoup plus vastes puisqu'elles recouvrent le domaine de la préparation physique (volumisation musculaire, optimisation des qualités physiques), de la santé (pratiques adaptées), de l'alimentation (assèchement, perte de poids, prise de masse musculaire), etc.

¹¹⁴ Dans cette édition, Judith Butler revient en préface sur l'évolution et les critiques faites sur la théorie de la performativité du genre. En précisant que sa conception de l'universalité nécessite sûrement d'être plus nuancée, elle précise quelques points essentiels et revient sur les aspects psychanalytiques de sa conception.

les objets sexuels. L'intérêt ici est de garder à l'idée que la stylisation genrée du corps n'est pas un processus anodin et s'inscrit dans une certaine culture normative.

Dans le sous champ du fitness, les représentations médiatiques de la masculinité et de la féminité sont le plus souvent caractérisées par des injonctions symboliques à l'hétérosexualité. L'érotisation des corps et les parades sexuées (Goffman, 2002) du Salon du Body Fitness en sont une illustration particulièrement saillante. Au niveau local, pour les enquêté·e·s l'expression du genre est à prendre en compte dans la mise en scène de soi et dans un aspect performatif du genre. La mise en scène de soi articule le façonnage du corps, en tant qu'argument de vente, et cette compétence professionnelle spécifique liée à la performance corporelle, au sens d'accomplir une action et de jouer devant un public. Pris au piège d'un « rôle sincère » (Goffman, 1971), les professionnel·le·s font face et sont sommés d'être performant·e·s, ce qui garantit leur crédibilité professionnelle. Les injonctions au rôle sont nombreuses et posent des questions quant à la gestion de la performance corporelle dans un contexte où les professionnel·le·s doivent être « *jeunes, beaux, la patate tout le temps quoi* » (Alban, Professionnel du fitness indépendant). Tour à tour les enquêté·e·s évoquent « *jouer un rôle* » et l'idée « *de modèle* », souvent liés dans l'expression « *rôle-modèle* ». La signification regroupe ces deux manières d'être en représentation (Goffman, 1971) sur la scène professionnelle et rend perceptible ce que l'on attend d'eux au titre d'une véritable mise en scène, un « show ».

La notion même de représentation évoque à la fois deux idées fortes qui semblent particulièrement intéressantes pour l'analyse. La représentation est l'action de rendre sensible quelque chose au moyen d'une figure, d'un symbole, d'un signe (Larousse, 2020). Mais cette définition varie selon les contextes, au théâtre, il s'agit de donner un spectacle devant un public, alors que dans le monde de l'entreprise, la représentation est l'activité de quelqu'un qui figure cette dernière. En suivant Goffman (1971), la représentation s'assimile à être en représentation, c'est-à-dire consiste à adopter en public, selon les contextes, une attitude, un rôle visant à paraître sous un certain jour. La représentation servirait alors de faire-valoir dans un jeu de relations sociales codifiées selon l'image que chacun des individus veut renvoyer dans une forme de communication perpétuelle. Le manager d'une grande salle de fitness industrialisé, décrit les professionnel·le·s du fitness comme « *des acteurs* » jouant un rôle « *sur scène* ».

« Il faut savoir qu'un prof de fitness a quand même un caractère et une typologie assez particulière, il est sur une estrade, il est devant tout le monde, on l'écoute, quand il dit « vous vous allongez », tout le monde s'allonge... Une grosse majorité est extravertie mais il y en a qui ne le sont pas du tout et qui se découvrent aussi, qui sont différents sur la scène qu'en dessus, ce sont des acteurs aussi un petit peu... »

Maurice Manager de ForméO, Montplaisir

Ce que confirment les enquêté·e·s donnant ainsi une importance, une valeur positive à ce qui se joue sur scène, *« je veux dire, souvent des fois tu as des coachs qui vont être timides en dehors, mais dès qu'ils sont sur scène c'est un autre personnage. C'est des paillettes, après c'est énorme quoi je veux dire, ce que tu peux vivre sur scène c'est... »* (Véronique, salariée de ForméO).

Cet aspect illustre le processus de starification développé par Lise Charissou (2019) à propos des professionnel·le·s du fitness engagé.es dans une socialisation spécifique aux instructeur·rice·s Les Mills®. Il se retrouve à toutes les échelles du fitness, qu'il s'agisse d'événements internationaux ou à l'échelle locale de la salle de fitness, *« c'est galvanisant de donner un cours à 100 personnes »* (Maurice). Particulièrement signifiante, cette mise en scène participe à la performativité du genre, la féminité et de la masculinité s'y définissant au travers de la production d'une anatomie genrée et une stylisation corporelle conforme aux normes du sous champ.

8-2-1 Des professionnelles respectables

Pour les enquêtées, le recours à une stylisation genrée du corps n'est pas synonyme de standardisation mais elle se caractérise par *l'emphasized femininity* (Connell, 1995). Cette forme culturellement idéalisée de la féminité renvoie à la position des femmes toujours subordonnées à la masculinité hégémonique. Elle rejoint le principe de domination masculine mis en avant par Bourdieu (1998) et de hiérarchie entre les sexes. Autrement dit, les représentations symboliques de la féminité s'accordent sur un principe, celui de la position dominée de la femme dans la société. Ainsi, la production des normes du féminin est une forme de gouvernance des hommes sur les femmes, une forme de violence symbolique contrainte par corps (Bourdieu, 2000). De ce point de vue, Beverly Skeggs (2015) introduit la notion de

féminité respectable et le double standard que constitue le fait d'être une femme féminine et respectable. Néanmoins, il serait réducteur de penser qu'il n'existe qu'une seule forme de féminité¹¹⁵, l'idéal féminin restant au demeurant, une représentation symbolique partagée dans l'imaginaire collectif. L'enjeu est donc que les professionnelles soient féminines tout en étant respectables dans le milieu du fitness pour que cette corporéité genrée puisse être utilisée comme une ressource professionnelle, un capital (Mennesson, 2007).

8-2-1-1 La production d'une corporéité « féminine »

L'ensemble des enquêtées ont en commun une morphologie spécifique, un gabarit sportif façonné par une socialisation sportive intensive dans l'enfance et à l'âge adulte, la socialisation professionnelle participant aussi à cette division sexuée du travail du corps.

¹¹⁵ De ce point de vue, il existe « des » féminités qui se déclinent différemment selon l'appartenance de classe (Court, 2010) et selon la mobilisation des différentes espèces de capital (Mennesson, 2007), ces nuances seront détaillées dans la partie suivante.

Enquêtées	Pratiques sportives	Stylisation genrée du corps	Morphologie
Nicole	Gymnastique sportive	Pantalon de sport Tee shirt sobre	Mince Musclée
Delphine	Danse (semi-pro)	Tenue sportswear « Free style ¹¹⁶ » Pantalon large de type « baggy » coloré et tee-shirt de marque (ample)	Sportive avec des rondeurs
Laurence	Basket Natation Planche à voile Ski	Tenue « bodyfitness » Caleçon hyper moulant et brassière courte au décolleté plongeant Coiffure stylisée Maquillage et nail art ¹¹⁷ Bronzée	Hyper musclée (sèche)
Laura	Volley ball (Nationale 3)	Tenue sportswear Pantalon de sport Tee-shirt classique	Mince Musclée (peu apparent)
Sandrine	Gymnastique sportive (niveau national)	Epuré Pantalon de sport (fitness) Tee shirt près du corps (dos nageur) Coiffure (cheveux relevés) Pas de maquillage	Petite Musclée (sèche)
Martine	Danse professionnelle	Sobre Pantalon (legging noir) de sport Tee shirt sobre Coiffure (cheveux relevés) Pas de maquillage	Grande Mince
Sophie	Gymnastique sportive	Tenue fitness type « free style » Coiffure structurée (cheveux courts, colorés, mèches) Maquillée légèrement	Grande Musclée (sèche)
Véronique	Natation GRS Danse Ski	Tenue très stylisée (legging de fitness de couleur vive) Tee shirt dos nageur Chaussures assorties Coiffure et Maquillage Nail art (couleur du legging) Bronzée	Petite Hyper musclée (sèche)
Sabine	Danse	Epuré Pantalon de sport noir Tee shirt (violet couleur de la franchise)	Petite Fine
Marion	Gymnastique sportive (horaires aménagés)	Tenue sportswear « Free style » Pantalon large Tee-shirt ample	Musclée

Tableau N°35. Hexis corporelle des professionnelles.

¹¹⁶ Voir photo chapitre 10.

¹¹⁷ Le nail art est une forme de décoration des ongles avec plusieurs couleurs et accessoires (paillettes, brillants) réalisée le plus souvent sur des prothèses ongulaires.

Ce tableau dresse un « portrait » de l'hexis corporelle des enquêtées et permet de remarquer que les morphologies sont assez caractéristiques des pratiques sportives. Acquises de manière classique, dans un contexte familial et social propice à l'affirmation de soi et au développement d'un esprit de compétition¹¹⁸, les enquêtées présentent des dispositions sportives et sexuées assez fortes. Celles-ci convergent, en grande majorité, vers une esthétisation de soi qui se retrouve dans les activités sportives dites féminines (Sorignet, 2001; Mennesson et al., 2012). De manière plus précise, la socialisation et les pratiques sportives sont intimement liées au développement de morphologies spécifiques. Le type de pratique sportive oriente le développement de la musculature vers l'allongement des faisceaux musculaires, son hypertrophie (augmentation du volume musculaire) ou/et d'autres caractéristiques combinées. Dans l'enquête, le groupe des femmes se caractérisent par une pratique sportive considérée comme « féminine » : la danse, la gymnastique sportive, la GRS. Leurs morphologies présentent ainsi les caractéristiques associées de manière typique à ces pratiques sportives. L'apprentissage par corps (Faure, 2004) des techniques corporelles spécifiques à chaque activité conduisent à développer un gabarit qui « marque » les sportives non seulement dans leurs morphologies mais aussi dans leur façon de se tenir, de se mouvoir. L'analyse de ces éléments laisse envisager un « air de famille » dans la corporéité des enquêtées sans toutefois être, complètement, à l'identique.

Du point de vue de la stylisation vestimentaire, les professionnelles ont en commun un style « fitness ». Celle-ci participe à renforcer l'appartenance sexuée. La coiffure, et les artifices de la beauté (maquillage, vernis à ongle, bijoux) font partie de cette stylisation genrée du corps. Au service du regard masculin, les professionnelles enquêtées donnent à voir et mettent en scène une féminité dans un souci de conformité, de rentabilité économique et de respectabilité. Celle-ci se déclinant selon les contextes en fonction des trajectoires sociales des professionnelles et des effets de la socialisation professionnelle¹¹⁹.

En acceptant les normes et codes de la culture fitness, les enquêtées renforcent des dispositions féminines s'inscrivant dans un habitus de genre. Le corps des femmes en mouvement est toujours culturellement dévalorisé et pose la question de la légitimité des femmes dans le sport (Frayssé, 2013 ; Mennesson, 2007). En position d'auto-censure les

¹¹⁸ Comme cela a été démontré dans la partie 2.

¹¹⁹ Voir la partie 4.

femmes sont toujours tiraillées entre ce qu'elles peuvent faire, donner à voir, et ce qu'elles osent faire (Faure, 2000) dans l'espace public. Pour exemple, la « *bimbo* » apparaît comme un « *produit vendeur* » mais se caractérise par une certaine forme de vulgarité. Dévalorisant pour les professionnelles, et la femme en général, parce qu'uniquement considérée comme un objet sexuel, ce modèle de genre se calque sur les icônes du fitness mettant en scène une féminité hyper accentuée (*emphasized femininity*, Connell, 1995). Tenues hyper moulantes aux décolletés plongeants, poussant jusqu'à l'extrême l'érotisation d'un corps (partie du corps remaniées par la chirurgie esthétique) pour augmenter sa valeur sur le marché des biens symboliques (Bourdieu, 1994). La « *bimbo* » véhicule l'image d'une professionnelle du fitness misant exclusivement sur le physique au détriment des autres compétences professionnelles requises pour être reconnue comme compétente sur le marché du travail : « *Aïcha par exemple, elle a très peu d'interactivité avec les adhérents. Elle est très portée sur sa personne quoi et quand elle se promène dans la salle, quand elle donne un cours pour aller vérifier les postures elle va jeter deux trois coups d'œil dans la glace pour voir si elle est décoiffée. C'est exagéré mais c'est vrai y a plein de profs comme ça.* » (Jérôme, co-gérant polyvalent, Fit'Form, Oxap).

Ce stéréotype est largement contesté par les enquêtées, et si c'est une représentation médiatique de la féminité hyper accentuée, le groupe des femmes s'en distingue et met à distance ce qui est à la fois une extrapolation du désir masculin et les normes de genre du féminin exacerbée. Les normes de genre et les représentations symboliques de la professionnelle sont ambiguës, à la fois « *représentatrice* », elle ne doit pas faire « *bimbo* », « *il faut faire attention quoi, il faut pas la bimbo non plus on s'en fout, c'est sûr que c'est plus vendeur malheureusement, c'est dégueulasse à dire mais c'est plus vendeur* » (Jérôme, co-gérant polyvalent, Fit'forme, Oxap). De la sorte, les représentations même par les professionnels sont très stéréotypées, les standards genrés semblent donc particulièrement importants parce qu'ils sont un véritable enjeu économique pour la salle. Donner une image de professionnelle mais sans tomber du côté de la vulgarité, avoir un corps envié mais sans être jalouée, telles sont les injonctions fortes du métier. Ceci aboutit « *naturellement* » à une adhésion quasi-systématique de la part des professionnelles aux normes du féminin, cette dernière étant considérée comme « *normale* » sans quoi les professionnelles ne se considèrent pas « *à la hauteur* » de la même façon que pour les hôtesse de l'air (Hochschild, 2017).

Les professionnelles du fitness portent toutes un soin et un intérêt particulier à leur corps qui leur apparaît légitime dans le métier qu'elles exercent. Ce soin du corps est à la fois physique et esthétique, dans la mesure où les techniques d'apparat et de présentation de soi sont

majoritaires. La stylisation genrée du corps, la pratique sportive et la morphologie représentent un ensemble homogène qui s'exprime de manière plus ou moins féminisée.

8-2-1-2 Bénéfices et coûts de la respectabilité

Si l'expression des féminités est abordée sous l'angle de rapport de domination avec les hommes, la relation au sein d'un entre-soi bien souvent quasi-exclusivement féminin est à prendre en compte. Dit autrement, la respectabilité renforce l'idée d'une forme de rivalité au sein du groupe des femmes, celle-ci étant sous couvert de la domination masculine.

Comme le décrit justement Isabel Boni Le Goff (2013) au sein des entreprises de conseil, la notion de « passing » est très importante dans le contexte professionnel. Dans une relation servicielle qui dispose de points communs, les enquêtées et les expertes en conseil participent à des activités relationnelles multiples ainsi que des formes de représentation avec la réalisation de « performances » vis-à-vis d'un public. Les modes d'interaction formels ou informels (re)produisent le genre et les stratégies en investissement corporels et/ou relationnels questionnent les féminités. Ainsi, « le marketing de soi » (Boni Le Goff, 2013) fait partie des savoirs pratiques acquis et intériorisés très tôt dans la carrière et « l'étude de la mobilisation du corps ne peut être dissociée de la façon dont l'espace est occupé » (Boni Le Goff, 2013, p.408). Dit autrement, être une femme parmi les femmes, une d'entre elles représente un coût au niveau corporel. Pour les expertes en conseil, il s'agit « d'être neutre » pour être « complètement compétente » et avoir l'air très professionnelle, pour les professionnelles du fitness, il faut maintenir coûte que coûte la confiance avec ses client·e·s, son public. L'hyper visibilité de ces professionnelles implique non seulement des façons précises de travailler l'apparence, mais également une hyper-flexibilité relationnelle.

« Du coup il faut prouver qu'on est aussi bien, qu'on n'est pas moins bien que leur fantasme masculin. Au début j'avais ce truc-là, avec les femmes une femme qui taquine une femme... ça pique un peu. Si c'est un mec qui fait exactement la même blague à la femme ça va beaucoup mieux passer que si c'est une femme. Donc au début c'était un peu comme ça, ouais c'est vrai que... il faut prouver quoi, il faut prouver que t'es aussi bien et... caresser dans le sens du poil (...) quand je faisais ce truc-là, remplacer un homme, voilà, il faut voilà être gentille... »

Sophie, co-gérante polyvalente de Fit'Form, Montplaisir

Les modalités concrètes d'interaction révèlent qu'il ne faut pas pencher du côté de la « *bimbo* » sous peine de disqualification professionnelle, « ne pas aguicher/ ne pas être bégueule » sont des injonctions valables pour les femmes dans un métier « masculin », les informaticiennes par exemple (Collet, 2006), mais également dans un entre-soi féminin.

8-2-2 Masculinité hybride

Penser la masculinité implique de saisir une configuration de pratiques c'est-à-dire une version de la masculinité. Mais dans la relecture et l'enrichissement de la théorisation de ce concept de masculinité hégémonique, Raewynn W. Connell et James Messerschmidt (2015) précisent bien qu'il n'existe pas une masculinité mais des « formes de masculinités hégémoniques (qui) peuvent donc être élaborées sans qu'elles correspondent étroitement à la vie d'aucun homme réel » (p.41). Ici, il est important de retenir que ces modèles de masculinité « expriment bien, diversement, des idéaux, des fantasmes et des désirs, des attendus ; ils offrent des modèles de relations avec les femmes et des solutions à des problèmes de relations de genre. En outre, ils entrent en résonance avec la constitution pratique des masculinités comme façons de vivre au quotidien des situations données. » (p.41). Ce que les auteurs veulent indiquer, est que chaque version locale de la masculinité dans la mesure où elle produit des effets à ce niveau, contribue à l'hégémonie dans l'ordre de genre à l'échelle de la société, même si ces hommes qui servent d'exemples sont porteurs de contradictions. La masculinité hégémonique n'est pas un modèle fixe, la définition idéalisée de la masculinité se constitue dans le cours de l'action sociale au niveau d'une société dans son ensemble : « *La masculinité ne prend pas la forme d'une entité fixe qui serait ancrée dans le corps ou les traits de caractère des individus. Les masculinités sont des configurations de pratiques accomplies dans l'action sociale et qui de ce fait peuvent différer dans une situation sociale donnée selon les relations de genre* » (p.33). Elle se présente sous la forme d'une masculinité hégémonique, dominante donc, qui contraint les autres masculinités dans une relation hiérarchique. Elle définit les pratiques, les corps, les gestes attendus de ceux qui ont le pouvoir. Les corps sont impliqués de manière intime, complexe et active dans les processus sociaux, ils expriment les conduites sociales et par conséquent participent à la genèse des pratiques sociales (R. W. Connell & Messerschmidt, 2015). Comprendre les masculinités revient à s'interroger sur la façon dont elles sont incorporées, et « examiner l'intrication entre inscription corporelle et contexte social » (p.95), ce que ce travail de thèse s'attache à analyser. Le lien entre rapport au corps et identité masculine est particulièrement saillant, c'est-à-dire que certaines pratiques corporelles sont

reliées à cette identité masculine et le sport, entre autres, est un indicateur majeur de la masculinité. Au quotidien, les hommes réalisent des compromis avec leur environnement, avec eux-mêmes et construisent des masculinités hybrides voire transgressives (Demetriou, 2015a). De cette façon, l'hybridation des masculinités donne naissance à de nouvelles pratiques genrées qui n'ébranlent en rien le processus de domination. Les pratiques corporelles, notamment celles qui visent à styliser le corps dessinent les contours de ces masculinités plurielles, et les relations entre incorporation et contexte social.

Les résultats de l'enquête de terrain illustrent comme pour les femmes des points communs dans la production d'une corporéité masculine : les dispositions sportives participent à la constitution d'un gabarit sportif et la stylisation genrée du corps passe par l'usage de techniques corporelles d'esthétisation de soi traditionnellement associé aux femmes. Ceci participe à redéfinir le masculin dans l'espace social étudié.

8-2-2-1 Production d'une corporéité « masculine »

Comme pour les femmes, le processus du façonnage du corps sportif est caractérisé par une socialisation sportive importante. Celle-ci participe à la constitution de morphologies spécifiques qu'il convient par la suite, sous les effets de la socialisation professionnelle, de maintenir et/ou de transformer pour se conformer aux normes et maintenir sa position dans le sous-champ.

Enquêtés	Pratiques sportives	Stylisation corporelle	Morphologie
Serge	Athlétisme, Arts martiaux (compétitions), Haltérophilie, Musculation Bodybuilding	Survêtement Adidas	Musclé Taille moyenne
Nicolas	Basket Rugby + musculation	Tenue de sport tendance Chaussures de marques Coiffure structurée Tatouage	Musclé Massif
Baptiste	Rugby Course Landaise (haut niveau)	Tenue de sport tendance Chaussures de marques Coiffure	Musclé Petit gabarit
Benoît	Judo (bon niveau en espoir) Natation	Tenue de sport tendance Chaussures de marques Coiffure	Grand Musclé Sec
Florent	Football (et arbitre haut niveau) Basket Boxe	Tenue de sport tendance Chaussures de marques Coiffure Tatouages	Grand Musclé Sec
Pierre	Pelote Rugby/ Hand, Judo Force Athlétique	Jean, polo (Lacoste)	Hyper musclé
Laurent	Judo Musculation	Tenue de sport tendance Coiffure/barbe Tatouages, bijoux Bronzé	Hyper musclé
Jérémy	Judo Football Sports de combat Musculation	Tenue de sport tendance Chaussures de marques Coiffure Tatouages, bijoux	Hyper musclé
Jérôme	Judo Rugby professionnel	Tenue de sport stylisée Chaussures de marques	Musclé Massif
Bertrand	Football / Handball Judo Rugby Natation/surf	Tenue de sport stylisée Chaussures de marques Casquette Barbe	Grand Musclé Fin
Marc	Football/ Handball/ Rugby Judo Natation Vtt /Course à Pied	Tenue de sport stylisée Chaussures de marques Casquette Barbe	Taille moyenne Musclé
Alban	Ski, snowboard Vtt/cyclisme Triathlon Fitness	Tenue de sport stylisée Chaussures de marques Coiffure Jambes rasées	Musclé Sec
Guillaume	Football Tennis Arts Martiaux Aérobic artistique Body-fitness (compétitions)	Tenue de sport tendance Chaussures de marques Coiffure Bijoux Bras et jambes épilés	Musclé avec des rondeurs

Tableau N°36 Hexis corporelle des professionnels.

Pour le groupe des hommes, l'« apprentissage par corps » (Faure, 2000) d'une motricité sportive « masculine » est inscrite dans et sur les corps. Particulièrement visible par exemple pour les enquêtés qui ont eu une socialisation rugbyistique de longue durée dont les stigmates sont encore présents longtemps après la fin de la carrière¹²⁰, elle s'observe aussi pour tous les enquêtés engagés dans des activités « masculines » (sports collectifs, judo, haltérophilie, boxe) qui valorisent les valeurs de la masculinité hégémonique de puissance, virilité, combat, défi, violence et glorification des blessures (Steven & Messner, 2002). Cependant, les anciens rugbymen apparaissent plus massifs que les pratiquants d'autres sports collectifs ou de sports de combat dont la catégorie de poids est un élément de classification en compétition.

La socialisation professionnelle participe également, lors du passage en formation et après, au développement du volume musculaire de manière plus ou moins saillante. Cette dernière ne produit pas les mêmes effets sur le corps, et joue un rôle dans ce qui devient au fur et à mesure du temps, un véritable « travail » sur le corps. Au même titre que les artisans façonnent et donnent une forme à leur pièce, leur ouvrage, les professionnels du fitness œuvrent à entretenir leur corps au quotidien, faisant de ce capital corporel et de genre une plus-value professionnelle dans le sous champ.

Du point de vue de la stylisation vestimentaire, comme pour les femmes, les hommes s'inscrivent dans un style fitness et « l'expérience et la perception du vêtement de travail incluent celles de ses éventuels effets de séduction » (Rennes et al., 2019, p. 26). Si le port de l'uniforme par les militaires remplit une fonction d'érotisation des corps masculins (Roynette, 2012), le déguisement professionnel est une ressource non négligeable de fantasme érotique (Blum, 2013), fondé le plus souvent sur le plaisir et la transgression des rapports de pouvoir (Rennes, 2016). Alors que pour les femmes l'injonction à « être féminine » au travail implique de dévoiler et souligner certains attributs sexués plutôt que de les masquer (Matonti, 2019; Boni-Le Goff, 2019), pour les professionnels du fitness « être masculin » revient également à souligner quelques attributs sexués (dévoilement partiel des corps et ou vêtements particulièrement près du corps) comme les bras et les jambes.

¹²⁰ A ce sujet, l'ouvrage d'Anne Saouter (2000) illustre la façon dont la socialisation rugbyistique permet de valoriser et de développer différents types d'enveloppe corporelle : petits grands, gros et maigres, dont le marquage corporel est lié à l'effet du jeu lui-même tel le cou de « taureau » des avants et les oreilles gonflées des deuxièmes lignes.

8-2-2-2 L'esthétisation de soi, une spécificité

L'hybridation des masculinités, même si elle est minime, mérite néanmoins d'être analysée pour mettre au jour la dynamique de la construction du capital de genre dans ce régime de genre spécifique du fitness. Habituellement classée du côté des pratiques féminines, la ritualisation de la beauté ne concerne pas uniquement les femmes. Aujourd'hui l'esthétisation de soi ne semble pas être exclusivement une pratique féminine dont les hommes s'empareraient pour « efféminer » un corps masculin. Bien au contraire, le travail du façonnage de l'apparence se structure et s'incorpore comme des pratiques d'hommes et de femmes aux prises avec une société esthétique où l'image (l'apparat) revêt une importance primordiale. Les travaux de Jeanne Teboul (2017) décrivent les différentes formes de travail de l'hexis corporelle masculine socialement et professionnellement située. Elle propose une analyse du « corps parade » chez les militaires (qui se retrouve chez les officiers) en opposition au « corps combattant » (celui des militaires de rang non gradés). L'autrice met en évidence l'utilisation des éléments signifiant la distinction de rang dans l'ordre militaire : la tenue, l'hexis corporelle, les insignes militaires sont des marqueurs d'un système hiérarchique professionnel spécifique mais aussi social reproduisant le principe de la domination et de la masculinité hégémonique. Ainsi, il est intéressant de démontrer comment l'esthétisation du corps des hommes, jusqu'alors plutôt réservée aux traditions cérémonielles (Teboul, 2017), s'incorpore dans les pratiques quotidiennes chez les professionnels du fitness. Ici, il ne s'agit plus de mise en valeur de soi occasionnelle par des procédés plutôt associés au féminin, mais d'un ensemble de pratiques d'hommes visant à esthétiser la masculinité. Les pratiques masculines d'esthétisation de soi les plus proches des professionnels du fitness sont celles évoquées par Virginie Blum (2013) à propos des strip-teaseurs. Profession de femmes par essence, l'apparition des hommes qui s'effeuillent pour des femmes est plutôt récente. Dans un « chassé-croisé de la domination masculine et de la masculinité dominée » (p.137), Virginie Blum pose le principe des hommes « objets »—et renverse la problématique classique des rapports de pouvoir entre les hommes et les femmes, et entre les hommes. Analysant la position des strip-teaseurs dans le groupe des hommes, l'autrice démontre la façon dont cette masculinité est à la fois marginalisante, subordonnée et dominante. Empruntant des traits caractéristiques aux différentes masculinités (Connell, 1995), les strip-teaseurs déclinent un ensemble de pratiques visant à tirer profit d'une érotisation de leur corps dans un jeu de services économique-sexuels mettant en exergue l'hétérosexualité.

L'analyse de l'incorporation de ces pratiques par les enquêtés permet de montrer les effets produits par la socialisation professionnelle. De ce point de vue, en modifiant une partie intime de soi, il s'agit de rendre le « style corporel » conforme aux normes des sous régimes de genre. Le maintien dans la carrière nécessite donc l'activation de dispositions qui n'étaient pas précédemment acquises, relatives au travail de soi. De cette façon, l'esthétisation ne semble pas être uniquement féminine : les hommes incorporent également, comme c'est le cas par ailleurs (Blum, 2013; Teboul, 2015), des pratiques d'embellissement du corps qui participent à façonner la stylisation genrée du corps des professionnels. Des points sont communs aux usages corporels de ces catégories professionnelles, d'une part l'instrumentalisation des corps comme évoquée précédemment, puis l'embellissement de celui-ci grâce à des pratiques d'esthétisation de soi. Surveiller son poids, s'épiler, choisir sa tenue vestimentaire, se coiffer sont autant de pratiques corporelles culturellement « féminines » incorporées par tous les professionnels enquêtés.

Dans ces pratiques esthétiques et d'auto-surveillance, la mise en conformité avec les normes de genre du sous champ passe par une pratique dépilatoire. La pilosité renvoie aux limites du corps, aux frontières de l'intimité, à la sphère privée et aux représentations symboliques qui y sont associées. Gilles Raveneau (2011) dans son analyse matérielle et symbolique de la transpiration s'intéresse aux pratiques d'autocontrôle corporel. Il montre que ces pratiques répondent à des logiques sociales et des logiques de genre dans un processus de distinction et de différenciation. Là aussi « naturellement » dédiées aux femmes dans une tradition hygiéniste, la pratique dépilatoire et cet « élan pilophobe » (Vigarello, 2004) développé au XIX^{ème} et XX^{ème} siècle, parcourt le corps de la tête aux pieds jusque dans les zones « insoumises » notamment le pubis (Bromberger, 2005). La sueur et les poils se trouvent associés pour différencier les hommes et les femmes. L'auteur nuance cette perspective avec des positions intermédiaires autant chez les hommes que chez les femmes, la façon de traiter la pilosité est toujours un signe distinctif mais engage d'autres positions symboliques. « L'engouement actuel pour les corps masculins glabres vient contrebalancer une vision trop fortement dualiste. On trouve en particulier cette pratique dans le sport de haut niveau où l'épilation et le rasage complet sont assez répandus chez les athlètes masculins. A l'inverse, certaines femmes refusent l'épilation et les déodorants pour des raisons politiques au nom de valeurs non conformistes ou par appartenance à des groupes marginaux (Maisonneuve et Bruchon-Schweitzer, 1999, p.77). » (Raveneau, 2011, p. 54). Confirmant de la sorte les logiques genrées de mise en conformité corporelle, les pratiques dépilatoires des hommes, ici

des enquêtés répondent à des injonctions fortes de moralisation de la propreté et de la valorisation de l'apparence, « (...) les poils relèvent désormais de la négligence corporelle, étant de manière métaphorique les signes de zones en friche échappant à l'ordre social. L'épilation est un habit invisible. » (Raveneau, 2011, p. 55). Cette perspective est clairement évoquée par les professionnels, Benoît précise bien que « *ça va très loin* » dans les processus de contrôle notamment lorsque les professionnels choisissent de faire « carrière » dans la firme internationale Les Mills®, « *à un moment donné même les Mills® demandaient, si on voulait passer au niveau instructeur, ils obligeaient les profs à se raser, pas forcément la totale, mais au moins les jambes, les parties... Tout ce qui était visible. Ça va très loin.* » (Benoît, 49 ans, co-gérant polyvalent de Chloro'Fil).

L'ensemble des pratiques d'esthétisation de soi participent à façonner une hexis corporelle et assurent une stylisation genrée du corps. Néanmoins, l'incorporation par les hommes de dispositions à l'esthétisation de soi, traditionnellement associées au féminin pose le problème de la catégorisation binaire féminin/masculin. Marie Carmen Garcia (2015) s'interroge à ce sujet sur l'observation de ces dispositions de genre nécessitant de dissocier le « masculin » et les « hommes », le « féminin » et les « femmes ». L'autrice propose de rompre avec les représentations typifiées afin de pouvoir « voir et interpréter des dispositions inhabituelles dans un sexe sans pour autant les rapporter à l'autre sexe » (Court & Mennesson, 2015, p. 15). Comme le précise Martine Court à propos de la socialisation des enfants et notamment pour les garçons, « la possession de dispositions s'observant plus souvent chez les filles ne résulte pas d'un processus de féminisation global de l'individu » (Court, 2010, p. 201), et se retrouve chez les enquêtés. De cette façon, les pratiques d'esthétisation de soi peuvent être des pratiques d'hommes et des pratiques de femmes notamment au niveau de la coiffure, la stylisation vestimentaire, la surveillance du poids et l'ornement corporel (tatouages). Sans être véritablement des dispositions féminines dont les hommes se seraient emparés et qu'ils auraient masculinisés, ces pratiques d'esthétisation de soi sont des pratiques d'hommes et de femmes (Garcia, 2015) qui permettent de répondre à une culture du soi, du corps et ainsi prendre place, obtenir un statut, dans un espace social spécifique.

Le choix de critères objectivables pose le problème de ce qui est observable et classiquement attribué au « féminin » et au « masculin ». De ce point de vue, les pratiques (sportives et autres) peuvent être qualifiées de « féminines » ou « masculines » dans la mesure où elles sont phénoménologiquement perçues comme telles par une majorité de femmes et d'hommes (Mennesson, 2007). Comprendre ce qui fait les « hommes » et ce qui fait les

« femmes » relève de la façon dont se construit le « féminin » et le « masculin » dans l'espace social étudié (Garcia, 2015). Quand les femmes n'abordent pas ce qui relève, dans l'imaginaire collectif, de leur « nature » féminine, les hommes évoquent ces techniques d'embellissement du corps comme nécessaires au métier. De manière générale les femmes « masculines » suscitent le doute quant à l'ordre du genre et les normes hétérosexuelles (Mennesson, 2005), alors que l'incorporation de pratiques esthétiques par les hommes semble poser moins de questions sur une éventuelle « déviance » sexuelle de ces derniers et une perte de virilité du moment qu'ils se positionnent comme complices. C'est-à-dire, qu'ils empruntent quelques traits de la masculinité hégémonique de manière à pouvoir bénéficier de ses avantages et ils mettent également à distance certains aspects. Ce positionnement spécifique dans la hiérarchie masculine est permis grâce au maintien d'une hexis corporelle masculine et des comportements de genre masculins, dont la séduction, le charisme, sont particulièrement intéressants à déconstruire pour percevoir la façon dont cette masculinité hybride prend corps chez les professionnels et perpétue des rapports sociaux de sexe asymétriques.

8-3 La séduction : entre marchandisation des corps et des sentiments

Dans un entretien portant sur la séduction, Georges Vigarello (2003) pose la question de l'importance de l'apparence dans le social et précise que les enjeux de son extension montrent bien « *l'importance de ce qui se voit* » du corps dans la relation sociale. L'historien, spécialiste des pratiques corporelles, questionne « l'apparence physique » en ces termes « *j'avais le sentiment que l'extérieur du corps, le comportement, la façon de bouger, la façon de s'habiller, tout ce qui se voit, en définitive, fait partie d'une dimension extrêmement importante du corps. J'avais l'impression aussi que ce qui se voit est d'autant plus important que le corps prime dans la relation sociale. Il peut faire en sorte que l'individu soit plus ou moins apprécié, plus ou moins intégré, mais aussi est déterminant en matière de réussite ou d'échec* » (2003, en ligne). Les enjeux de l'apparence ont des formes et des forces différentes selon les époques, les groupes sociaux, et, dans nos sociétés, l'apparence a une importance redoutable. L'auteur explique que les individus sont renvoyés à leur apparence parce qu'ils existent moins au travers de leur appartenance professionnelle ou des signes de différenciation sociale. Ce qui se voit, cette corporéité dépasse la seule anatomie physique, et, de manière plus large l'espace du corps permet de saisir une culture au sens large (Vigarello, 2003).

A la dimension corporelle, s'ajoute aussi une dimension mentale, relationnelle, le « charme ». Beaucoup plus profond qu'il n'y paraît, le terme « charme » invite à considérer

davantage que le simple objet corps. Vigarello (2003) souligne que certain·e·s y voient quelque chose de l'ordre de l'harmonie, de la délicatesse, de la souplesse du mouvement et d'autres quelque chose de plus profond comme la présence de l'âme. De l'Ancien Régime à nos jours le terme « charme » a perdu de sa neutralité puisqu'aujourd'hui, davantage qu'hier, il se caractérise par une prise en compte de la dimension sexuelle qui ouvre sur un autre espace, moins chevaleresque, et orienté vers les plaisirs. L'idée que le corps qui charme est un corps animé, un corps en mouvement est particulièrement intéressant pour déconstruire la séduction et ses techniques dans un sous-champ où le corps est un enjeu spécifique. Partant de ce point de vue, les stratégies de présentation de soi peuvent être comprises selon 3 dimensions : corporelle, économique et relationnelle. L'apparence concourt à recevoir une valeur sur le marché du travail (Amadiou, 2002; Neys, 2011) et ne concerne pas uniquement les professions féminines de présentation et de représentation (Bourdieu, 1979).

Dans un sous champ structuré par les normes hétérosexuelles et l'ordre de genre, la séduction est érigée par les professionnels du fitness comme une compétence importante au cœur des transactions avec leurs clients. Comment s'opère cette séduction ? A quoi engage-t-elle les professionnels ? Sa mise en œuvre est-elle identique pour les hommes et les femmes ? Finalement de quoi sont faits ces échanges entre les enquêtés et leurs clients ? Si quelques pistes de réponses se dessinent clairement, d'autres sont à mettre au jour pour décrire un mode d'articulation entre sexe/genre et sexualité reposant sur une conception naturalisée des rapports sociaux de sexe. Au cœur de la vie professionnelle, se trouve la séduction établie comme « *compétence professionnelle* », les enquêté·e·s mettent ainsi au centre de leurs activités l'idée de « *plaire* ».

Mêlant la dimension corporelle et comportementale, la séduction est prise au sens « *d'amener à soi* » les clients/adhérents. S'imbriquent donc genre, sexualité, hétérosexualité dans un processus de normalisation supposant le mélange de la différence de genre avec la présomption de la complémentarité de genre, l'idée que les femmes et les hommes « sont faits les uns pour les autres » (Katz, 2005; Jackson & Delphy, 2015). Il s'agit d'abord de plaire par corps puis de séduire par les interactions, ou comportements de genre (*genderisms*). L'analyse des stratégies de séduction permet de voir que les règles et le travail émotionnel au masculin ne se limitent pas uniquement à séduire mais bien à façonner une relation de pouvoir asymétrique. Les techniques de séduction, les moyens de séduire font référence à des qualités corporelles et morales (Gourarier, 2021) et s'insèrent dans un contexte spécifique hyper sexué et sexualisé. Le régime de genre du fitness semble ainsi constituer un contexte favorable à cette division sexuée du travail des sentiments.

8-3-1 Un contexte favorable au « business de la drague »

La salle de fitness devient un lieu de socialisation, de rencontres (potentielles) avec l'autre sexe et au-delà de manière symbolique un lieu de consécration de l'hétérosexualité.

« Du coup, voilà j'ai une salle globalement plus féminine mais les mecs viennent parce qu'il y a beaucoup de nanas ».

Alain, gérant de Go Fitness

La salle de fitness est un lieu de pratiques corporelles, mais aussi un lieu de pratiques genrées, de pratiques sociales visant à normaliser les rapports entre les sexes et la séduction hétérosexuelle. Il faut « plaire », cette séduction semble s'opérer à double sens et pourrait bien être multiforme : les pratiquants souhaitent plaire, les « profs » se doivent de plaire. Entre ambition et injonction la séduction est au cœur de ce qui se vit dans le centre de remise en forme, finalement la petite entreprise de sport se révèle être une « *petite entreprise de drague* ».

« Parce que je pense qu'ils sont curieux quand même de plus en plus et ils se rendent compte que c'est un vivier quoi et moi je leur dis aux gars « tu cherches une fille mais le meilleur cours que tu dois faire c'est la baïla », pour eux c'est la baïla, c'est pas la zumba®, c'est la même chose « allez faire de la baïla ou des abdos fessiers » et puis ils se prêtent au jeu vite et après ils communiquent vite avec les filles et même pour nous prof c'est un bonheur quand vous avez un mec qui vient au cours c'est génial parce que vous pouvez lancer des petites piques, vous pouvez jouer là-dessus, voilà. »

Jérôme, co-gérant polyvalent de Fit'Form, Oxap

Alors que les pratiquants « *cherchent une fille* », les femmes viendraient pour « *prendre soin d'elles* » parce qu'elles « *aiment bien plaire* ». De manière assez stéréotypée, les professionnels eux-mêmes participent à normaliser des rapports sociaux basés sur l'hétérosexualité. Tant au niveau du discours que des représentations symboliques associés aux rôles sexués : l'homme « *cherche* » une fille, et la femme « *veut être belle* ». Ce point de vue presque caricatural illustre un style de vie « normal », essentialisé, réduisant les individus à leur catégorie de sexe et leur sexualité.

« ... mais ouais elles veulent être belles c'est normal elles veulent plaire puisqu'elles sont là pour être plus jolies pour elles bien sûr, (...), et puis voilà, moi je pense qu'elles aiment plaire elles aiment plaire parce qu'y a des mecs aussi dans la salle, elles sont en cours collectif mais elles aiment bien plaire. »

Jérôme, co-gérant polyvalent de Fit'Form, Oxap

8-3-2 Le dévoilement des corps

Dans cet espace, le dévoilement des corps et les parades sexuées contribuent à renforcer les stéréotypes et les normes dominantes. Entretenus dans un imaginaire collectif virtuel, les réseaux sociaux et la publicité mettent en avant des représentations fantasmées de la masculinité hégémonique et de la féminité accentuée, voire de l'hyper sexualisation féminine qui se déclinent de manière verticale du macro-social (Salon International du Body fitness) vers le micro-social (contexte départemental de l'enquête).

Faites le plein de bien être! Faites le plein d'énergie avec [REDACTED] votre centre de Fitness du centre ville de Mont De Marsan.

Espace cardio, musculation, cours collectifs, total body, circuit training, abdos, fessiers, Power barre, biking, kick box, sans oublier Step, Pilates...

Chez [REDACTED], vous bénéficiez d'un suivi personnalisé avec un coach présent 100% du temps auprès de vous pour vous conseiller! Et c'est GRATUIT!!!!

Venez goûter à la différence : la convivialité, l'encadrement, le choix et le nombre des activités , les tarifs très attractifs....



Image n° 16. Capture d'écran du site internet de la salle Espace Forme¹²¹

¹²¹ Par la suite, le site internet de la salle sera mis à jour, mais les images et représentations symboliques des catégories de sexe sont similaires.

Cette image donne à voir plusieurs éléments, un discours mettant en avant les arguments de vente et la gratuité du suivi individualisé, une photo de la salle (petite salle de quartier traditionnelle) et une photo de femme en maillot de bain et talons hauts prenant une pause de type body-fitness (compétition de musculation esthétique où la musculature du corps, dans sa dimension esthétique est pris en compte). Le corps dénudé est mis en avant comme un argument de vente et les images commerciales viennent régulièrement rappeler aux pratiquants ou futurs pratiquants les injonctions d'une société traditionnellement hétéronormative où les corps sont érotisés. Cependant, dans les salles enquêtées, la réalité s'éloigne de ces représentations symboliques, l'observation de terrain montre que les hommes et les femmes ont un style « fitness » mais sont rarement dénudés comme au niveau macro-social. L'érotisation des corps est moins brute, mais reste présente de manière très diminuée.

« Sur le plateau musculation essentiellement des hommes en début de matinée, plutôt à la musculature développée, tee-shirt sans manches (...) Cet espace est planté au milieu de la salle de remise en forme, de sorte que tous les pratiquants y passent à côté... La chair a son droit d'apparence et la musculature se révèle voire se contemple et/ou se compare. »

Extrait du carnet ethnographique, Mercredi 11/05/16 : 9h30-12h

Le contexte, la salle de fitness, peut être envisagé comme un « lieu de drague », où les stéréotypes sexués sont omniprésents, le dévoilement des corps, son érotisation, contribuent à structurer de véritables parades sexuées. La séduction viendrait ici consacrer l'économie du désir et la régulation des relations hétérosexuelles. Mais cette hypothèse s'avère incomplète, la séduction est à analyser plus finement pour comprendre qu'elle s'insinue dans des rapports sociaux plus larges, ne se traduit pas automatiquement par une relation intime et cristallise un rapport de pouvoir et de domination qui nuance la seule perspective de l'hétérosexualité. Les discours des pratiquant·e·s, relatés par les enquêté·e·s, est assez révélateur et donne le point de vue de ceux qui contractent un (des) service(s) et achètent un abonnement dans une salle de fitness, « *draguer ! Une fois il y a un monsieur qui est venu et il m'a dit « est-ce qu'y a des filles ici ? » Moi je viens juste pour draguer les filles et faire de la muscu* », (Jérôme, co-gérant polyvalent de Fit'Forme, Oxap).

De l'autre côté se trouvent les professionnels enquêtés, ceux qui « rendent » le(s) service(s). La contractualisation entre les deux parties suppose, par conséquent, que la séduction fait « partie du jeu ». Néanmoins, toutes les salles de fitness n'offrent pas les mêmes services, les salles

réservées aux femmes s'inscrivent sur un segment de marché spécifique où le jeu de séduction est exclu, ce qu'illustre bien Cindy Louchet (2020) dans son enquête sur les salles réservées aux femmes. L'éviction des hommes dans ces salles de fitness, autant les pratiquants que les professionnels (dans la mesure du possible), est préconisée par la franchise¹²². Celle-ci construit une offre spécifique dédiée aux femmes dans un entre-soi quasi-exclusif dont l'objectif est *in fine* la production de corps genrés par une pratique « plus hygiénique que féminine » (Louchet, 2020). Au principe de cette stratégie commerciale, une pratique entre femmes visant à neutraliser les rapports de séduction hétérosexuels. Cet aspect confirme ainsi, l'idée que la salle de fitness, de manière générale, est un contexte favorable au commerce de la drague.

8-3-2 L'exploitation du charisme

En filigrane se dessinent les usages différenciés de la séduction, variant d'un contexte et d'une époque, à l'autre ; se distinguant selon les cultures, les significations ; se distribuant selon un échange contractualisé ou/et dans les interactions sociales.

A ce titre, la finalité de la séduction est à préciser pour comprendre ce qui se joue entre les interactant·e·s : on peut être séduit par une personnalité politique, un jeu d'acteur, une artiste, un strip-teaseur, les modalités de séduction varient et ne recouvrent pas les mêmes finalités. Dit autrement, et dans le contexte de l'enquête, la séduction s'inscrit dans un contrat d'échange économique-affectif pour reprendre de manière distanciée la notion de contrat d'échange économique-sexuel décrit par Paola Tabet (2004). Ici, le service (acheté et rendu) concerne également la relation attentionnelle portée par les professionnels aux clients. Dans l'usage de la séduction se trouve une relation payante entre les clients et les professionnels, plus marquée du côté des clientes et des professionnels que l'inverse. Cette perspective suggère non pas une inversion de la relation de dominantes à dominés mais bien une relation de dominants à dominées, comme le montre Blum avec les strip-teaseurs et leurs clientes (Blum, 2013). La domination masculine perdure dans la mesure où ce rapport social de séduction est favorable aux hommes.

Pour exemple, la séduction médiatique et politique recourt aux mêmes mécanismes de conquête, d'envoûtement et de fascination, alors que d'un point de vue historique, la séduction

¹²² Un exemple d'entretien avec Sabine gérante d'un centre Ladies de ce type est détaillée en partie 1.

est un rapport hétérosexuel façonnant l'économie du désir (Gourarier, 2013b). Cette composante de la séduction flirte avec un des traits caractéristiques du leader charismatique dans sa définition wébérienne. Tel qu'il est défini par Max Weber (Weber, 2013), le charisme recouvre « une qualité considérée comme extra-quotidienne (...) au nom de laquelle une personnalité est regardée comme un « chef » » (p.490). Dans le contexte de l'enquête, il ne s'agit pas de considérer les professionnels enquêtés comme des leaders charismatiques au sens strict de cet idéaltype¹²³, mais d'observer la relation sociale qui se crée autour du porteur de charisme. Ici, elle relève davantage de l'idolâtrie, mais engage une relation sociale caractérisée par un attachement personnel vis-à-vis du professionnel. Finalement, se mêlent la fascination, l'idolâtrie, l'attachement émotionnel, la séduction physique et corporelle et les qualités morales. Au même titre que la technicité, on lui reconnaît une certaine « énergie », il/elle « présente bien », il/elle les « transporte » ... ces compétences professionnelles deviennent gages de reconnaissance et constituent une certaine forme d'excellence. Pour le professionnel du fitness, au même titre que le nombre de participants dans le cours, « le charisme » est palpable : plus il plait, plus il a de pratiquants dans son cours, plus il est reconnu.

« Oui parce qu'à la base, on fait un show à un moment donné aussi. De toute façon oui. Pourquoi oui ? Les gens vont s'identifier, les gens aiment un prof. C'est important. C'est important. Le prof est important dans une salle, très important. »

Benoît, co-gérant polyvalent de Chloro'Fil.

Cet extrait exprime bien comment s'opère la séduction, à la fois dans une dimension corporelle et comportementale. Dans cette relation de service, le charisme paraît autant valable pour les hommes que pour les femmes et se superpose au charme. Comme pour les personnalités politiques, le charisme est un terme qui à la fois inclut et dissimule la séduction (C. Dauphin & Farge, 2001). La fascination, l'envoûtement, aux prises avec la séduction, forment un contexte de relations sociales où se négocient des rapports de domination. Bien entendu, le seul modèle physique que représente les professionnels du fitness ne suffit pas pour vendre un abonnement à un client mais cela y contribue grandement. Dans les modalités concrètes d'interaction, d'autres ressources comportementales telles que l'aura ou le charisme présentent cette capacité

¹²³ Dans cette acception, la relation sociale se construit autour de deux positions distinctes, les dominés et le héros (le chef), s'extrait des normes du quotidien et s'inscrit dans une « communautarisation émotionnelle ».

à détourner le regard du public vers le seul aspect corporel et attirer l'attention sur ce que l'individu « dégage », « une bonne image » (Alban, professionnel indépendant).

La séduction fait partie de ces techniques du métier à apprendre, telle une compétence professionnelle, elle « *fait partie du jeu* » pour l'ensemble des professionnels enquêtés. La prestation de service semble inclure cette séduction, à comprendre comme une relation d'échange entre un client et l'intérêt que lui porte le professionnel de la forme. Cet intérêt revêt une dimension morale et attentionnelle non négligeable qui semble au cœur du métier mais se décline de manière différenciée entre les hommes et les femmes.

8-3-4 Le « travail émotionnel » et les règles de séduction pour les hommes

De cette manière, la séduction est une ressource aussi bien symbolique qu'économique et peut se comprendre tel un capital. Ce qui apparaît sous-jacent, c'est la lutte pour une position dominante au sein d'un groupe dans un espace social, ce peut être un groupe professionnel, une classe de sexe, une classe sociale. Les techniques de séduction s'élaborent, se transmettent, s'incorporent et permettent à ceux qui les utilisent d'en tirer profit de manière symbolique ou/et économique.

« Oui tout à fait. Oui, ça fait partie de l'animation, ça fait partie de.... Bien sûr, en restant correct, (...) Après oui, y a toujours le petit clin d'œil, un petit sourire, on l'appelle par son prénom. Allez, clac.

Benoît, co-gérant polyvalent de Chloro'Fil

Les techniques de séduction n'engagent pas systématiquement les individus dans une relation intime mais s'inscrivent dans une relation transactionnelle qui peut aller de l'attention à l'envoûtement. Cet extrait exprime bien comment s'opère la séduction, à la fois dans une dimension corporelle et comportementale. Le charisme (« *on fait le show* »), « *l'aura* » déployée par les professionnels (« *les gens aiment un prof* ») associés à des qualités relationnelles (« *l'appeler par son prénom, un sourire, un clin d'œil* ») frôlent l'ambiguïté et la reconnaissance du désir.

Si a priori, la régulation du désir n'est pas au cœur de la transaction qui s'opère entre les enquêtés et leurs clients, le jeu de la séduction en réaffirme les principes et plus particulièrement chez les hommes. En effet, le travail émotionnel qu'ils fournissent en développant des qualités morales telles que l'attention et l'écoute se double d'une posture d'homme, essentialisée et

dominante où « en inversant l'ordre des désirs, les hommes habituellement poursuivants aspirent à devenir les poursuivis » (Gourarier, 2013, p. 211). Il ne s'agit pas ici de s'approprier « le pouvoir féminin de débouter ou donner suite aux avances » (p. 211), mais bien d'en entretenir l'ambiguïté, de laisser croire en cultivant une relation attentionnelle, auprès des clientes majoritairement.

8-3-4-1 Des qualités attentionnelles et d'écoute inhabituelles donc valorisées.

De manière classique, les femmes sont plus souvent investies dans ces missions d'intérêt et d'attention portées aux clients pour diverses raisons et notamment par le caractère « naturel » symboliquement associé à ces dispositions « féminines » (Hochschild, 2017). Dans l'enquête, les hommes se prêtent également à l'écoute, l'empathie et le développement de l'attention envers leurs client·e·s. Ces qualités « morales » visent à valoriser la qualité du service.

« (...) psychologiquement être capable de..., c'est ce que je disais tout à l'heure, c'est d'être à l'écoute de quelqu'un qui peut avoir un problème, on la sent elle est pas bien, juste peut-être prendre un peu de temps « ça va ? », mais au moins « ah il s'intéresse à moi quoi ». Elle aura peut-être pas envie de parler, moi j'aurai fait mon job quoi. Voilà, moi c'est ma vision, c'est pas, faut pas se dire on est prof et on va aller faire le kéké sur l'estrade, c'est une partie, oui... »

Benoît, co-gérant polyvalent de Chloro'Fil.

Ce professionnel explique bien la dialectique entre d'un côté la mise en jeu corporelle, la performativité du genre chez les professionnels, qui souvent relève d'une certaine fascination pour le professionnel tel l'idole et ses fans ; et d'un autre côté, une relation plus intimiste au plus près de la clientèle. Naviguant entre « faire le kéké sur l'estrade » et « ça va ? », les professionnels construisent un service qui s'inscrit dans un contrat d'échange tacitement « économique-affectif ». Cette dimension se retrouve mise en avant par l'ensemble des enquêtés, ils en font un élément majeur de leur stratégie commerciale et se positionnent ainsi en opposition avec le fitness « industrialisé » caractérisé par une anonymisation massive des pratiquants. Les salles plus petites, le caractère artisanal, le contexte familial ou de quartier des salles enquêtées, renforce cette position des enquêtés et justifie leur engagement « corps et âme » pour un métier-passion. La séduction semble faire « partie intégrante du métier », considérée comme une véritable compétence (donc qui s'acquiert et relève de schèmes

interprétatifs incorporés et mobilisables) elle est au cœur de ce qui s'échange entre clients et enquêtés. De ce point de vue, la sociologie des émotions, mise en avant par Hochschild (2017) propose des pistes d'analyse intéressantes. En effet, ses travaux sur les hôtesses de l'air évoquent des « règles de sentiments » différenciées pour les hommes et pour les femmes comme étant le fruit d'un travail émotionnel que les individus réalisent pour s'accorder à l'environnement social. Séduire revient à prêter attention aux clients, faire preuve de professionnalisme tout en les attirant à soi, les séduire pour les fidéliser.

« Bien sûr, en restant correct, on n'arrive pas, on va pas bouger quelqu'un, on va pas lui placer la main aux fesses, je veux dire c'est pas... Voilà, le côté travail. Ouais ça fait partie, ouais... »

Benoît, co-gérant polyvalent de Chloro'Fil.

De manière subtile et incorporée la hiérarchisation entre les sexes légitime ou récuse certains comportements genrés. Les hommes bénéficient de ce point de vue d'une plus grande liberté pour assurer le jeu de la séduction.

8-3-4-2 Être un homme suffit...une posture essentialisée et dominante.

La marchandisation des qualités morales et attentionnelles se décline de manière asymétrique à cela s'ajoute une posture d'homme qui en elle-même suffit à asseoir des règles de séduction tacite et commune au groupe des hommes, ce qui renforce l'idée d'un régime de genre fitness inégalitaire.

De manière traditionnelle et historique, l'esthétisation de soi et la ritualisation de la beauté sont au principe du rapport de séduction, à l'origine essentiellement féminin, c'est-à-dire consenti par les femmes pour plaire aux hommes. Avec l'esthétisation des masculinités et la contractualisation d'échanges économique-érotiques (Blum, 2013), la séduction peut s'envisager de manière élargie et se comprendre comme un rapport social de domination. Les hommes ne sont pas exclus du champ de la séduction et certains excellent dans cette dimension des relations sociales.

Mélanie Gourarier (Gourarier, 2013a) propose de rompre avec ce modèle historique de la relation de séduction hétérosexuelle, reposant sur la transaction dont le cadeau serait au cœur de la relation dissymétrique de l'engagement entre hommes et femmes, pour appréhender la

séduction comme un rapport social de domination. Dans ces travaux portant sur la Communauté de la séduction¹²⁴ en France, l'auteur analyse la séduction comme un rapport social permettant aux hommes de la communauté d'établir une hiérarchie et de s'apprécier. Dans cet ordre masculin, la femme n'est qu'une cible qui s'éloigne de l'objectif principal de ces derniers au fur et à mesure de l'engagement temporel et émotionnel des hommes au sein de cette Communauté. Dès lors, la séduction revêt des enjeux qui dépassent l'économie du désir et la régulation de l'hétérosexualité, il s'agit de restaurer une masculinité en déclin dont « l'accès au sexe (serait) devenu pour l'homme moderne, la source de son esclavage par les femmes » (Gourarier, 2013, p. 428). Les membres de cette Communauté considèrent donc que le féminisme et les révolutions sexuelles ont inversé le processus de domination en défaveur des hommes. Les femmes contrôlèrent la sexualité des hommes, la séduction étant entendue comme une arme de contrôle et d'aliénation des hommes à leur consentement. C'est dans ces conditions que les hommes de la Communauté construisent et se réapproprient une masculinité dont la séduction, et ses techniques, sont au cœur des échanges et des sociabilités masculines dans cet espace. Cette perspective n'est pas sans rappeler d'autres travaux (Blum, 2013), mettant en exergue un rapport de domination inversée. L'auteur incite à repenser l'exclusivité de la domination des hommes sur les femmes en proposant une activité professionnelle mêlant masculinité dominante et dominée dans un rapport de pouvoir non exclusif parce qu'imbriquée à un contrat d'échange économique-sexuel¹²⁵. Ainsi réaffirmée, la domination masculine s'inscrit dans un rapport de pouvoir dont le contrôle de l'hétérosexualité représente un enjeu majeur. La séduction révèle de ce point de vue un axe important des transactions entre les hommes et les femmes dans un cadre professionnel (pour les strip-teaseurs) et/ou dans un cadre plus intime (la Communauté des séducteurs). Cette perspective se retrouve dans l'enquête et se sont les professionnelles qui en parlent davantage et mieux que leurs collègues masculins.

« et alors un homme prof de fitness, même s'il est nul, s'il anime bien, les filles elles sont barjots, elles feraient n'importe quoi. Ah c'est fou, ça c'est sûr. Parce qu'un homme un peu... qui sache bouger quand même, l'essentiel c'est ça, qu'il ne soit pas... Voilà, qui ait l'oreille musicale, en fitness, il les rend folles. Elles sont toutes

¹²⁴ Elle est constituée d'apprentis séducteurs qui valorisent la dimension homosociale, didactique et hiérarchisante de leur pratique, dans une formation d'élite inspirée des fraternités estudiantines américaines et d'une société secrète fictive (Gourarier, 2013b).

¹²⁵ Blum (2013) précise que les strip-teaseurs ont un travail dévalorisé dans la hiérarchie des hommes mais s'assurent la pérennité de leur puissance sexuelle auprès de leurs clientes.

délurées alors du coup, et puis c'est inconscient, du coup ça met une ambiance beaucoup plus folle dans les cours, tout le monde se lâche, s'amuse, c'est beaucoup plus détente tout en travaillant, ça c'est catégorique.

Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme

Le professionnel du fitness reste associé à un fantasme hétérosexuel, « oui, oui. C'est... beaucoup disent c'est le fantasme de plein de monde, c'est un milieu aussi de séduction. Il faut savoir aussi que la raison des salles de sport, la première raison d'inscription c'est pour rencontrer du monde. » (Marc, co-gérant polyvalent, My'Fit). Il occupe dans cet espace de la forme une position dominante dans la mesure où il joue de cette séduction sans s'investir davantage ou aller nécessairement plus loin dans les relations intimes.

« Après est-ce que c'est obligatoire, je sais pas, est ce que ça fait partie du métier ? Je pense. Si on revient à ce qu'on disait tout à l'heure, il faut plaire à la personne, il faut à la rigueur même lui faire croire qu'elle nous plaît, je pense, mais après entre les lignes personnelles, professionnelles, de l'extra pro, il faut mettre des barrières quoi. Et ça c'est à nous de gérer. »

Marc, co-gérant polyvalent, My'Fit

La séduction devient un élément fondateur du lien social qui se crée, du service qui se vend et de la compétence professionnelle qui se reconnaît.

« Ouais mais en tant qu'homme oui il faut jouer là-dessus quand même parce que le prof c'est pas forcément un modèle, un petit peu pour certaines personnes mais le jeu de séduction c'est ce qui fait aussi votre réputation parce qu'il faut les attirer il faut les garder avec vous quoi, tout dans le respect mais voilà oui ça joue quand même un petit peu. »

Benoît, co-gérant polyvalent de Fit'Forme Oxap

Ainsi, être un homme permet de retirer des bénéfices symboliques de cette stratégie de séduction marchande. D'une part, auprès des client·e·s, sa professionnalité est auréolée d'un charisme gage de compétences et d'autre part, il est valorisé dans la hiérarchie des hommes parce que séduire revient à détenir une forme de puissance sexuelle caractéristique de la masculinité hégémonique.

« C'est-à-dire qu'à ForméO, c'était très particulier. J'ai eu énormément de personnes qui m'ont draguées, j'avais des mots sur ma voiture, j'avais des papiers avec des numéros de téléphone, j'avais des cadeaux sur ma voiture, c'était vraiment...J'avais des mots sur Facebook parce que c'était le seul moyen pour les personnes de me contacter, j'avais des demandes d'amis tout le temps et j'avais des mots de filles qui m'envoyaient des messages sur Facebook tout le temps, qui m'invitaient à boire un verre, qui m'invitaient à aller au cinéma et quand je refusais, elles étaient parfois agressives ou ne comprenaient pas. C'était parfois assez compliqué. Il est vrai qu'un temps, j'ai commencé ce métier j'avais 23 ans, j'en ai joué au début, c'était facile, c'était le jeu (...) ...après c'est devenu compliqué quand les filles m'invitaient à boire un verre et que je refusais. »

Florent, co-gérant de la salle Chloro'Fil

Mobiliser son capital de genre, user des artifices de la drague en jouant des qualités morales et attentionnelles permet aux professionnels, qui auraient été déclassés dans la hiérarchie des hommes en exerçant une profession dévalorisée, de se réapproprier une place remarquable et de se défaire d'une masculinité « fragilisée » (Blum, 2013).

8-3-5 Des professionnelles « complices »

Dans les manières de séduire, la posture d'homme suffit à obtenir un bénéfice symbolique alors que la posture de femme peut être disqualifiante. L'asymétrie est alors bien présente : les stratégies de séduction se différencient de manière sexuée, les hommes peuvent se permettre de séduire leurs clientes alors que les femmes doivent être séduisantes sans séduire délibérément leurs clients.

La posture de femme et de professionnelle suggère ainsi d'être séduisante mais sans séduire. De ce point de vue, le corps des femmes est toujours associé à l'idéalisation d'un éternel féminin. Dans les rapports sociaux de sexe, la mise en place de la relation de service dans un contexte professionnel s'accompagne généralement d'un contrat d'échange plus implicite. Par exemple, Gabrielle Schütz (2006) décrit dans le travail des hôtesses d'accueil, la mise en scène de soi et ce qui est attendu de leur prestation. Lors d'évènements d'entreprises, « l'action de l'hôtesse se joue en effet au moins autant au niveau symbolique que matériel » (p. 138).

L'évaluation esthétique est un critère de recrutement et de maintien dans l'entreprise, comme pour les hôtesses de l'air étudiées par Hochschild (2017). Le corps de l'hôtesse est « entièrement dédié à la représentation d'une féminité idéalisée » (Schütz, 2006, p. 143) destiné à un travail genré qui prolonge dans la sphère professionnelle celui effectué dans la sphère domestique. Au-delà du « travail émotionnel » (Hochschild, 2017), la prestation de l'hôtesse s'inscrit également dans un processus de réaffirmation de la domination masculine. En effet, considérées comme « objets esthétiques » elles doivent se prêter à la « drague » quasi rituelle de certains visiteurs. Cette implication tacite de l'hôtesse dans ce jeu correspond à ce qui est attendu d'elle par les clients et les visiteurs et contribue à la « réassurance de l'identité masculine » (Schütz, 2006, p.150). Les professionnelles enquêtées évoquent toutes cette façon « *de se faire dragouiller* ».

« Oui et puis bon on est prof donc forcément on est tous, ça a toujours été comme ça, on est sur le devant de la scène quelque part et donc forcément... Bon après il y a un jeu de séduction, il y a un jeu qui existe mais ça reste du jeu donc c'est agréable malgré tout. Voilà, il faut laisser un bouclier mais bon, on ne peut pas interdire à un homme de vous faire les yeux doux, enfin tant que ça reste à une certaine distance mais bon c'est ainsi fait, l'homme est toujours attiré par la femme. »

Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme.

Dans cet extrait d'entretien, Laurence évoque à la fois la mise en avant sur la scène professionnelle du rôle de « *professionnelle du fitness* » et la normalisation du jeu de séduction qui se comprend dans une conception hétérosexuelle des rapports sociaux de sexe. Objet de séduction par « nature », la femme accepte volontiers qu'un homme lui « *fasse les yeux doux* ». L'attirance dont elle pose le caractère naturalisant, contribue à essentialiser la posture des professionnelles dans le contexte professionnel. Elle assure aux enquêtées un statut de complice dans le jeu de séduction puisqu'elles en acceptent les règles. Les professionnelles participent alors à réaffirmer la domination masculine qui se joue dans ce rapport social de séduction, comme le précise Laurence plus tard dans l'entretien.

« (rires) La femme va moins vers l'homme généralement mais bon l'homme a besoin, je vais être dure mais de faire un peu le coq, c'est sa façon... Un homme a

besoin de se prouver qu'il peut plaire, qu'il peut conquérir, après, ça reste de l'ordre du regard, ce n'est pas... »

Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme.

Minimisant « *les regards* », les professionnelles acceptent les règles du jeu de la séduction et leurs implications tacites, en d'autres termes elles se prêtent à la drague en tant qu'objet esthétique et jouent le rôle de professionnelle séduisante.

La stratégie de mise en scène de soi revient à une stratégie corporelle de séduction et recouvre la quasi-totalité des techniques de séduction au féminin. En effet, les qualités morales et attentionnelles sont qualifiées de « naturelles » pour les femmes et par conséquent rendues invisibles sur le marché du travail. Compétentes en ce domaine par essence, les professionnelles doivent donc redoubler d'efforts pour être séduisantes sans séduire délibérément. Dans la relation aux clientes, les professionnelles précisent la difficulté de remplacer un collègue ou d'utiliser la même dynamique relationnelle.

« Les coachs hommes c'est important. Moi je sais que quand j'ai fait les remplacements, c'était très dur de remplacer un mec, très très dur en tant que fille de remplacer un mec. Exactement : « ah ben XXXXX il est pas là ? ». Du coup il faut prouver qu'on est aussi bien, qu'on n'est pas moins bien que leur fantasme masculin. Le plaisir des yeux voilà et puis généralement les mecs..., moi c'est plus facile maintenant parce que voilà avec (...) Au début j'avais ce truc-là, avec les femmes une femme qui taquine une femme... ça pique un peu. Si c'est un mec qui fait exactement la même blague à la femme ça va beaucoup mieux passer que si c'est une femme. Donc au début c'était un peu comme ça, ouais c'est vrai que... il faut prouver quoi, il faut prouver que t'es aussi bien et... caresser dans le sens du poil (...) remplacer un homme, voilà, il faut voilà être gentille... ».

Sophie, co-gérant polyvalente de Fit'Form Montplaisir.

Véritablement placées en concurrence les femmes éprouvent davantage de contraintes dans une relation de service avec un groupe de femme que leur homologue masculin. Réduites à « être gentille », à « prouver que t'es aussi bien », les professionnelles subissent de plein fouet la sexualisation des compétences professionnelles notamment lorsqu'il s'agit du jeu de séduction.

De plus, le rappel à l'ordre moral concernant la position de femme laisse moins de libertés qu'aux hommes du point de vue des techniques de séduction. La mise en place de « *barrières* » semble inéluctable, les professionnelles légitiment ces pratiques de séduction à leur rencontre : « *oh on se fait draguouiller un petit peu mais de toute façon ils comprennent vite que si t'es pas intéressée, c'est à toi aussi de savoir mettre les limites* » (Sophie, co-gérante polyvalente, Fit'Form, Horsarieu). Symboliquement, comme c'est le cas pour les hôtessees d'accueil, les professionnelles du fitness participent à « la réassurance de l'identité masculine » (Schütz, 2006) et au pouvoir de séduction des hommes (Gourarier, 2013b).

La banalisation de ce rapport social contribue à renforcer la représentation de la femme-objet et le déni de certaines compétences professionnelles. Se rendant plus ou moins complices (les usages de la séduction sont à nuancer selon les modèles de genre incorporés par les enquêtées et la mobilisation des différentes espèces de capital¹²⁶), les professionnelles assurent le processus de reproduction de la domination masculine dans ce contexte spécifique. Aux prises avec la concurrence et la dépendance économique du sous-champ, les professionnelles ajustent, « *on est obligé* », le jeu de séduction selon les modalités contextes d'interaction professionnelles.

8-3-6 Les coûts de la séduction

Si les bénéfiques sont asymétriques et profitent davantage aux hommes, les coûts de la séduction sont à mesurer, faire le jeu de la séduction même si elle est uniquement professionnelle revient à s'exposer à une mise en danger conjugale. De ce point de vue les enquêtés qui travaillent ensemble n'éprouvent pas celle-ci de manière semblable aux autres. Ainsi les bénéfiques symboliques sont plus favorables aux hommes, dont la conjointe travaille dans un autre domaine, mais ils en subissent davantage les coûts.

En effet, la séduction se joue entre professionnels et pratiquants pour entretenir l'activité professionnelle sans poser de problèmes aux couples qui travaillent ensemble. Chacun mettant à distance ce jeu de rôle et la « véritable » personnalité de son conjoint. Pour les professionnels hommes et femmes qui sont à la fois couples professionnels et couples privés, il semble que s'opère une déssexualisation du corps comme objet érotique sur le lieu de travail. Alors que la séduction banalisée dans le sous-champ de la remise en forme aurait pu être un des facteurs de

¹²⁶ Voir le chapitre suivant.

mise en danger du couple au travail par la présence des corps comme objets sexuels de tentation et de désir, c'est sur un tout autre plan que se joue la survie des couples au travail. Au contraire d'autres secteurs professionnels (Zolesio, 2009b) où la co-présence importante et la mixité tendent à créer des liens allant parfois jusqu'à la sexualité¹²⁷, dans l'enquête le jeu de séduction ne semble pas s'inscrire dans une dynamique de relations extra-conjugales, même s'ils peuvent exister, ce type de configuration reste à la marge¹²⁸. La séduction est considérée comme une compétence professionnelle et fait partie d'un rôle à maîtriser. Dans cet espace où la séduction est omniprésente, on pourrait penser que les tentations et la surexposition d'un corps sexué hyper-idéalisé mettent à mal le couple au travail. Mais finalement ce corps hyper sexuel n'est pas en jeu dans le couple.

« Non les filles... Si, celles avec qui tu t'entends bien toi (en parlant à Caroline sa compagne). Mais ça reste professionnel. Avec les filles moi les liens c'est plutôt professionnel, voilà. C'est plutôt professionnel. De tout façon, il vaut mieux pour un garçon que ça reste professionnel. Mais moi non, jamais. Ah des clients. Moi jamais. Moi je suis là pour bosser, tu fais ton exercice et puis voilà. »

Laura et Baptiste, co-gérants polyvalents de Vita forme.

Qu'il s'agisse de Baptiste et Laura, Delphine et Nicolas ou Serge et Nicole (les couples professionnels et privés) le jeu de séduction s'inscrit dans les relations professionnelles avec les adhérent·e·s et ne pose pas de problème. De ce point de vue, aucun des couples rencontrés n'a évoqué la jalousie ou une certaine forme de controverse sur les relations du couple à l'intérieur de la structure professionnelle. Cette présence du couple au travail peut être également perçue par les adhérent·e·s comme un rempart au jeu de séduction. Le statut de couple assure l'expression d'une conjugalité officielle permettant de freiner les tentatives, ce qui est moins sûr lorsque les professionnels ne travaillent pas avec leurs conjoint·e·s.

¹²⁷ A ce sujet, voir les travaux d'Emmanuelle Zolesio (2009) qui étudient les relations sexuelles au travail, notamment avec l'exemple des chirurgiens dans un contexte de démultiplication des affects liés à la spécificité des conditions professionnelles et du rapport de domination masculine entretenu.

¹²⁸ Delphine revient sur ce point en expliquant l'ambiance très particulière et les relations professionnelles « malsaines » dans son ancienne entreprise (une des salles enquêtées) : « Mais après le fitness c'est un milieu assez particulier...Oui oui, mon ancienne collègue avait une relation, et elle ne s'en cache pas, avec mon manager d'Oxap qui lui était marié et tout ça, c'est pour ça qu'elle a très vite évolué (silence). Et voilà, même mon ancien patron, c'est pour ça que je dis qu'à ForméO c'est super malsain parce qu'il y a plein aussi de relations extra-conjugales. »

Pour les professionnel·le·s dont le·a conjoint·e n'investit pas professionnellement le même lieu de travail, le jeu de séduction est au principe de situations conflictuelles dans les relations conjugales. Cette mise en danger du couple privé concerne davantage les hommes et corrobore la perspective du travail émotionnel différencié entre les hommes et les femmes. Symboliquement plus avantageuses, les règles de séduction dont bénéficient les hommes sont aussi plus risquées sur le plan privé.

« Oh je crois que de toute manière on se serait séparé. Elle était trop possessive et puis bon voilà, ça fait partie d'un métier où il y a forcément des sollicitations (rires). Et vraiment c'est quelqu'un qui n'a jamais su faire la part des choses. »

Pierre, co-gérant polyvalent de Top Forme

Le cas de Pierre est relativement éclairant mais il ne permet pas de réduire sa séparation à l'unique mise en danger conjugale que constitue le jeu de séduction dans le contexte professionnel, d'autres éléments sont certainement à prendre en compte. Néanmoins, comme pour Florent, Marc et Bertrand, il peut être source de tensions et de conflits dans leurs relations avec leurs conjointes.

« Je lui en parlais quand c'était des filles qu'elle ne connaissait pas, je ne lui en parlais pas quand c'était des filles qu'elle connaissait. Ça a été quand même un gros sujet de disputes souvent. (...) Oui toujours. Ça fait 4 ans qu'on est ensemble, ça fait 5 ans qu'elle fait mes cours. Ça dépend des périodes en fait. Parfois, elle a eu plus de doutes que d'autres, plus de peurs que d'autres mais après il faut se faire confiance et ça n'a pas été facile pour elle mais je pense que maintenant avec le temps...Ça s'est apaisé, elle ne fait plus attention. »

Florent, co-gérant de la salle Chloro'Fil

Les tentations et surtout la séduction ouverte de certain·e·s adhérent·e·s est souvent sujet de discordes. Ce qui est d'un point de vue symbolique valorisant dans un premier temps, est à double tranchant, Florent le précise ainsi « au début c'était le jeu, j'en ai profité ». Dans un deuxième temps, cet aspect se révèle pesant lorsque l'installation à deux est envisagée ou que le célibat n'est plus satisfaisant.

« C'est pour ça que je suis avec elle (sa compagne). C'est dur de trouver quelqu'un quand vous êtes prof parce qu'il y a de la jalousie qui peut s'installer, quand vous coachez quelqu'un en plateau. Parce qu'elle, elle était adhérente, bon maintenant elle n'y est plus. Eh bien elle est enceinte donc du coup non mais des fois je me posais des questions, je me disais « tiens, si je place une fille sur un mouvement, est ce qu'elle va être jalouse ? », elle n'en a rien à faire parce qu'elle sait très bien que c'est le métier. Même moi, c'est ce que je lui dis, si dans la rue je regarde une fille en général mais ce n'est pas... Je ne vais pas regarder une fille, alors des fois je dévisage, je regarde carrément le physique des gens dans la salle mais c'est pas pour mater c'est une vue professionnelle et ça elle le sait, il n'y a aucun souci et ça c'est bien ».

Jérôme, co-gérant polyvalent de Fit'Forme Oxap

Les enquêtés insistent sur la nécessité conjointe de s'en tenir strictement au jeu de la séduction sans s'engager réellement dans des relations affectives et sexuelles avec les client·e·s : *« si mon dispositif marche, c'est que je séduis tout le monde mais je ne touche à personne. »* (Alain, gérant de Go Fitness).

Le jeu de séduction étant plus limité pour les professionnelles, elles en subissent moins les conséquences d'un point de vue personnel et privé. Certaines anecdotes permettent de dire qu'elles ont toutes, à un moment de leur carrière, reçu des cadeaux de la part d'adhérents qui souhaitaient aller dans une relation plus intime. Cet aspect rejoint les traits caractéristiques mis en avant par Mélanie Gourarier (2013) de la séduction et de la galanterie telle qu'elle est envisagée de manière traditionnelle et historique.

« J'avais une vingtaine d'années, je travaillais dans une salle, et un jour je finissais un cours et il y avait la salle de muscu à côté donc les gens qui faisaient la muscu voyaient nos cours, que des hommes déjà, donc c'était un petit peu le show à l'époque. Un jour, il y a un fleuriste qui est venu avec un bouquet de roses, il y avait 100 roses. Toutes les clientes ont été voir ce fleuriste qui attendait en bout de salle et moi je sortais de mon cours et on me dit « c'est pour toi Sandrine, c'est pour toi » et il y avait juste un petit mot et alors elles étaient là toutes agrippées autour de moi et « j'aime vous voir danser » (...) j'avais aussi un coureur qui venait pour me draguer qui faisait de l'athlétisme à haut niveau qui m'avait acheté des pointes pour courir avec lui parce que je faisais des cours assez dynamiques. Il était prêt à

aller courir, pas du fond mais du 60 mètres. Si, on se faisait bien draguer quand même dans l'ensemble. »

Sandrine, gérante polyvalente de Studio Gym, Mont de Marsan.

Pour Martine, Sandrine et Sophie qui ne travaillent pas avec leur conjoint, le jeu de séduction est moins source de conflits ou de tensions que pour leurs collègues masculins, même si certains conjoints sont (ou ont été) « jaloux comme un ... ».

Délimiter les contours de la séduction en tant que compétence professionnelle fait apparaître plusieurs aspects importants qui se contractualisent entre les professionnel-le-s du fitness et leurs client-e-s. D'une part, la séduction fait partie du jeu, du métier, et d'autre part elle se différencie entre les hommes et les femmes. Alors que les professionnels bénéficient d'une reconnaissance symbolique de leur pouvoir de séduction, les enquêtées doivent se cantonner à être séduisante. Engagés dans un travail émotionnel au masculin, les enquêtés se retrouvent parfois pris au piège d'un contrat d'échange économique-affectif qui n'est pas sans conséquence sur leur relation avec leurs conjointes. De ce point de vue, la séduction est à moindre coût (personnel mais pas symbolique) elles banalisent le jeu de séduction dans le cadre professionnel comme « normal et naturel », ce qui contribue à renforcer et reproduire une hiérarchie entre les sexes.

Pour conclure, ce chapitre visait à mettre en évidence la constitution d'un capital de genre pour les enquêtés, qu'il s'agisse des hommes ou bien des femmes. Le genre se révèle être une ressource particulièrement importante dans le sous champ et met au jour un mode d'articulation entre sexe/genre et sexualité reposant sur une conception naturalisée des rapports sociaux de sexe.

La dimension corporelle et comportementale du capital de genre s'avère aussi importante dans un contexte spécifique où la mise en scène de soi se superpose à la marchandisation des corps et des sentiments. La performativité du genre est à comprendre de manière asymétrique entre le groupe des hommes et celui des femmes, les contraintes liées à l'idéal féminin supposant davantage une gouvernance du corps des femmes alors que la masculinité hybride s'accommode des pratiques d'esthétisations masculines sans affaiblir le processus de reproduction de la domination masculine.

Ainsi caractérisés ces points communs entre les professionnel-le-s du fitness permettent de saisir l'enjeu d'une compétence spécifique, la séduction. Dans ce contexte favorable, la « drague » se dessine de manière inhabituelle et tend à inverser les rapports de pouvoir. En

passant de poursuivants à poursuivis, les professionnels assument une position professionnelle leur permettant de réaffirmer « l'identité masculine » (Schütz, 2006). Considérée telle un rapport social de domination, la finalité de la séduction n'est pas à limiter de manière classique comme la régulation du désir hétérosexuel. Ici c'est bien d'une séduction commerciale qu'il faut prendre la mesure sans pour autant oublier qu'elle est incorporée et a du mal à se défaire de sa finalité traditionnelle. Cependant, ces caractéristiques générales de la séduction sont à nuancer dans les usages qu'en font les professionnel·le·s du fitness.

Cette partie consacrée aux modalités spécifiques d'exercice du métier a mis en avant des particularités communes et des différences entre les professionnel·le·s du fitness. La division sexuée du travail structure les rapports sociaux de sexe et participe à illustrer la hiérarchie à l'œuvre entre les hommes et les femmes. La proximité avec un mode de gestion artisanal, le travail en couple, la sexuatisation des compétences et la marchandisation des corps et des sentiments révèlent un régime de genre asymétrique. Les inégalités de genre s'inscrivent à tous les niveaux du travail, qu'il s'agisse de celui du corps, particulièrement sexué, de l'encadrement des clients, de celui de gestion et d'entretien de la salle de fitness, ou relationnel.

Ce d'autant plus lorsque les enquêté·e·s partagent vie privée et vie professionnelle. Articulant rapports de pouvoir et modalités concrètes d'interaction, la partie suivante propose d'approfondir la fabrique du genre chez les professionnel·le·s. Les modèles de genre incarnés par les enquêté·e·s illustrent de ce point de vue les stratégies de positionnement économiques et participent à mettre au jour les logiques sociales sous-jacentes.

PARTIE 4

LA FABRIQUE

DU

GENRE

CHEZ LES

PROFESSIONNEL·LE·S

Le premier chapitre a montré la façon dont se structure le fitness, et la place du genre dans les stratégies de positionnement. L'analyse de la diffusion des modèles de genre met en évidence l'importance des représentations symboliques : la mise en valeur de la « masculinité hégémonique » et de « l'emphasized femininity » (Connell, 1995) rappelle que les rapports sociaux de sexe (Kergoat, 1992), assurent la domination d'un sexe sur l'autre de manière systématique, d'un point de vue idéologique et matériel. Les chapitres suivants consacrés à la carrière, qu'il s'agisse de l'entrée ou du maintien dans celle-ci, révèlent des points communs aux agent·e·s du sous-champ, indépendamment de leur catégorie de sexe. Si effectivement des analogies sont présentes, elles ne recouvrent pas la totalité des pratiques et des changements, objectifs et subjectifs, nécessaires au déroulement de la carrière. En effet, le régime de genre (Connell, 1987) du fitness ne peut être considéré comme égalitaire à bien des égards. Pour rendre compte des rapports sociaux de sexe dans un contexte spécifique, les composantes du régime de genre contribuent à dévoiler les processus de domination (Bourdieu, 1980) et de hiérarchie entre, et au sein, des catégories de sexe (Connell, 1995). La dimension symbolique, la division sexuée du travail, les modalités concrètes d'interaction et les rapports de pouvoir permettent de comprendre comment les dispositions sexuées et sociales vont être travaillées par le contexte professionnel. La pertinence de ce modèle rend compte du rapport de pouvoir entre les hommes et les femmes, de l'organisation de la pratique professionnelle et des types d'interaction qu'elle implique. Chaque contexte sportif (Menesson, 2007), professionnel (Frayssé, 2013 ; Bonnemaïson, 2018) constitue un régime de genre particulier avec des configurations différentes (renforcement ou/et transformation des dispositions) qui cadrent les comportements de genre et les modes de sexualité adoptés par les hommes et les femmes (Menesson, 2007). Les comportements de genre, ou *genderisms* (Goffman, 2002) sont intéressants à objectiver pour comprendre les effets de la socialisation professionnelle sur les façons de percevoir le monde, le juger et s'y conformer en tant qu'homme et en tant que femme. Les composantes du régime de genre ne sont pas indépendantes et interagissent lors des situations d'interaction. En effet, la fabrique du genre est un processus relationnel et dynamique qui s'inscrit dans des modes de socialisations souvent hétérogènes. De ce point de vue, la construction des dispositions reflète la complexité d'un système plus ou moins cohérent (Lahire, 2002). La réflexion autour de l'*habitus*, engagée par Bourdieu (1979) et débattue par les travaux de Lahire (1999), permet de questionner justement l'acquisition de l'*habitus* primaire au sein de la famille, celui-ci « n'a rien d'un processus mécanique de simple inculcation, analogue à l'impression d'un « caractère » imposé par la contrainte » (Bourdieu, 1997, p. 179). L'*habitus* n'implique pas systématiquement une forme de permanence, les

expériences passées incorporées le constituent, mais des ajustements sont nécessaires. Les processus de socialisation à l'œuvre dans les autres espaces sociaux engagent des transformations des dispositions. Entre les pratiques, les représentations des individus et leurs expériences, la socialisation professionnelle semble intéressante à étudier pour repérer des cohérences ou des disjonctions dans cet ensemble dispositionnel. La façon dont d'autres dispositions viennent enrichir ce « patrimoine d'habitudes » permet d'admettre une certaine diversité de ces dernières. Les variations individuelles dépendent de la force des dispositions incorporées et des caractéristiques des contextes de socialisation. Objectiver la carrière de professionnel·le·s du fitness implique comme pour les carrières sportives, artistiques, de rendre compte des nouveaux apprentissages (Mennesson, 2007). La socialisation professionnelle participe ainsi à modifier, renforcer, diversifier ou nuancer les dispositions initiales.

Ainsi, l'objectif de cette partie est de mettre au jour les processus qui participent à la fabrique du genre des professionnel·le·s. Les résultats montrent que ce régime de genre, organisé autour des pratiques sexuées, fonctionne comme de véritables « territoires » sexués mais ne sont pas hermétiques. Les « incursions » par les professionnel·le·s dans les espaces associés à l'autre sexe livrent des stratégies dans l'exercice du métier de professeur.e de fitness où les interactions avec les pratiquant·e.s impliquent des *genderisms* différenciés. Ainsi l'appartenance à une catégorie de sexe permet -ou pas- tacitement certaines pratiques, gestes et échanges professionnels entre les agent·e·s du sous champ et leurs « client·e·s ». La dynamique relationnelle du genre prend toute sa dimension dans les échanges verbaux et non verbaux qui se réalisent au sein de ces contextes spécifiques. La maîtrise de certains comportements « masculins » et/ou « féminins » et une hexis corporelle « féminine » et « masculine » fonctionnent ainsi comme un capital spécifique dans ce contexte professionnel. La primauté de la corporalité n'est plus à démontrer dans le sous champ, et l'idée que le « capital de genre » (Mennesson, 2007) participe aux stratégies de positionnement économique des professionnel·le·s dans le sous champ apparaît intéressante. D'autres travaux illustrent la mobilisation du capital de genre comme une stratégie d'accès au pouvoir dans le contexte institutionnel étudié (Mennesson, 2007), par exemple les joueuses de football. Dans le sous-champ du fitness, l'institutionnalisation des pratiques n'a pas lieu et ne représente pas un enjeu de pouvoir. En revanche, les stratégies de lutte pour l'accès à une position dominante s'organisent d'un point de vue économique. Le capital de genre y participe parce qu'il présente l'intérêt de cumuler les aspects corporels et comportementaux comme des ressources pouvant fonctionner en produisant des effets dans le sous champ donné. L'usage du seul capital corporel

permet de rendre compte des bénéfices liés à l'apparence (Schotté, 2005), et s'inscrit donc comme une dimension importante du capital de genre (Menesson, 2007). Mais se limiter au capital corporel serait omettre les compétences mentales (Defrance, 1996) mises en œuvre dans les comportements de genre.

L'analyse croisée des interactions et des dispositions permet d'interpréter les comportements des enquêté·e·s et la façon dont s'actualise ces *genderisms* selon les contextes professionnels. Le choix de comportements de genre plus ou moins stéréotypés selon les situations rend compte de la structure du capital de genre. La diversité des ressources de celui-ci permet de cumuler les aspects mentaux et corporels et s'articule avec les autres espèces de capitaux. En intégrant dans le capital de genre « la stylisation genrée du corps¹²⁹ », Christine Mennesson (2007) montre que selon les contextes, ce capital est un élément central pour comprendre les rapports de pouvoir et les comportements de genre. En se combinant avec les capitaux sportifs et culturels qui amplifient ou nuancent son importance, il constitue un principe de variation des comportements sexués des individus engagés dans un même contexte.

Dans cette perspective, l'analyse de la division sexuée du travail au cœur du système d'opposition binaire « féminin/masculin » propose un éclairage de la force des intériorisations précédemment vécues et de leurs variations lors des interactions selon le contexte professionnel (travail en couple privés et professionnels, couples professionnels). Pour être complète, cette perspective implique également de regarder ce qui se joue dans la sphère privée. En effet, particulièrement imbriquées et poreuses dans l'enquête, les sphères privées et professionnelles nécessitent d'être questionnées pour saisir les rapports de pouvoir au sein des couples. Les arrangements conjugaux nécessaires au maintien de l'équilibre privé et de celui de l'entreprise sont étroitement liés aux rôles sexués travail et hors travail des enquêté·e·s. Ainsi, les comportements de genre cadrent les pratiques professionnelles mais questionnent de manière plus large les rapports sociaux de sexe, notamment lorsque la séduction entre en jeu. Les normes hétérosexuelles très prégnantes dans le sous champ valorisent une forme d'hétéro-normativité dont la « complémentarité entre les sexes » (Mathieu, 1991) si souvent évoquée par les enquêté·e·s, en est l'expression la plus essentialisée. Structuré ainsi, le sous champ du fitness impose ses normes, ses règles du jeu tout en questionnant les rôles sexués et les stéréotypes de genre. Les effets de la socialisation professionnelle font apparaître de nouveaux *genderisms* pour les professionnel·le·s. Certaines compétences professionnelles se développent au cours de la carrière, elles mobilisent des dispositions de genre au cours des interactions qui révèlent

¹²⁹ Expression empruntée à Judith Butler (1990, 2006).

l'importance de la structure émotionnelle de celles-ci. Le travail proposé par Hochschild (2017) permet de se questionner sur ce « travail émotionnel ». Dans le contexte d'un échange economico-affectif¹³⁰, croiser les structures de classes, de genre et le travail émotionnel révèle l'usage politique et économique des sentiments. La séduction, caractéristique de ce travail émotionnel et relationnel, évoquée par les agent·e·s du sous champ comme une véritable compétence professionnelle participe ainsi à structurer les échanges entre les pratiquant·e·s/client·e·s et les professionnel·le·s. Cette règle fait partie du jeu et rappelle la force de l'hétéronormativité (Butler, 2006; Clair, 2012b) prédominante dans les rapports sociaux de sexe.

L'objectif de cette partie est donc de montrer comment s'opère la fabrique du genre des professionnel·le·s. Les différences entre les modèles de genre internationaux et les modèles de genre « localisés » (R. W. Connell & Messerschmidt, 2015) révèlent le processus d'intériorisation des normes de genre par les enquêté·e·s. Celui-ci varie selon les trajectoires sociales, comme c'est le cas pour les sportif·ive·s professionnel·le·s dans le VTT (Frayse & Mennesson, 2009; Fraysse, 2019). Dans l'enquête, cette plus ou moins grande mise à distance des stéréotypes de genre participe aux stratégies de positionnement économique. Et si l'appartenance sociale est décisive dans ce processus, elle ne suffit pas à expliquer l'ensemble des variations des modèles de genre incarnés par les enquêté·e·s. Ces deux derniers chapitres visent à comprendre la façon dont les différentes étapes de socialisation, de la socialisation primaire en passant par la socialisation professionnelle et conjugale, participent à la fabrique et à la mobilisation de ce genre professionnel. Les professionnel·le·s du fitness incarnent des masculinités et féminités multiples qu'il convient de préciser à la lumière des stratégies de positionnement économiques et des logiques sociales et sexuées sous-jacentes.

¹³⁰ Paola Tabet (1998) évoque les échanges economico-sexuels comme un rapport social transversal, participant à la construction sociale de l'inégalité des sexes. Ici, l'échange economico-affectif fait référence à ce qui s'échange entre un professionnel et ses clients (Blum, 2013).

CHAPITRE 9. MODÈLES DE GENRE MASCULINS, COMPLICITÉ ET HYBRIDATION

L'articulation de l'analyse structurelle et dispositionnelle au prisme des interactions permet de questionner les contraintes qui pèsent sur les professionnels selon les régimes (ou sous-régimes de genre) et posent les questions de l'expression de ces différentes masculinités, de leurs coûts et de leurs bénéfices : pourquoi certains enquêtés incarnent ils la force et la puissance et valorisent une corporéité spécifique, alors que d'autres s'appuient sur la dimension relationnelle et corporelle de la séduction pour réaffirmer leur puissance sexuelle ? Ou encore quels sont ceux qui s'appuient sur une forte division sexuée des compétences professionnelles pour renforcer la dimension symbolique de la supériorité physique (et technique) des hommes sur les femmes ? Ces points méritent d'être éclaircis pour ces enquêtés qui évoluent dans un contexte professionnel mixte, sont le plus souvent au service des femmes (la grande majorité de leur clientèle), et prônent une « égalité » (du moins discursive) professionnelle, « *non il n'y a pas, non non, professionnellement parlant je ne pense pas qu'il y ait de différence entre les hommes et les femmes* » (Baptiste, co-gérant polyvalent de Vita Forme).

Ces professionnels venant d'horizons divers mobilisent des modèles de genre qu'il convient de spécifier et de distancier des modèles de genre internationaux médiatisés (Connell & Messerschmidt, 2015 ; Fraysse, 2013). Ces modèles de genre localisés méritent d'être appréhendés selon plusieurs dimensions qui éclairent leur construction et, par conséquent, celle du « genre professionnel ». Les modalités concrètes d'interaction permettent à la fois de rendre compte de l'état des rapports sociaux dans ce contexte professionnel et à la fois d'éclairer des comportements de genre hybrides mettant à distance les caractéristiques les plus saillantes de la masculinité hégémonique tout en renforçant l'ordre de genre. Dans un espace professionnel qui reproduit et qui peut également questionner la masculinité hégémonique, la « masculinité » (Fraysse, 2013), il est intéressant d'objectiver la construction de ces masculinités au travers des comportements de genre et de leur variation selon les contextes. Mobilisant les différentes espèces de capital de manière spécifique selon les contextes d'interaction, les enquêtés révèlent trois types de modèles de genre locaux (Connell & Messerschmidt, 2015), des « artisans du corps » aux séducteurs en passant par les sportifs. Sans se défaire complètement des représentations idéal-typiques médiatisées et symboliques, ces modèles de genre illustrent des manières d'être, de penser, de se mouvoir, d'interagir que les enquêtés construisent et mobilisent pour se positionner dans un secteur hyperconcurrentiel. La dimension corporelle et

comportementale du capital de genre, étroitement associée au passé incorporé, formant ainsi un tout, sans véritablement être homogène, dans la production de ces masculinités complices.

Jonglant avec les normes de la culture fitness, les professionnels font des choix qui leur « ressemblent », « jouent » avec la séduction de manière différenciée et réaffirment, implicitement un processus de domination sur les femmes. Pour tenter de percevoir comment les masculinités se déclinent et se construisent, l'analyse porte à la fois sur la sphère professionnelle mais également sur la sphère privée. En effet, objectiver les rôles sexués apportent des éléments complémentaires à l'analyse et permet de saisir les variations de comportements d'un même individu. En percevant ce que Connell nomme « les dividendes du patriarcat » (Connell et al., 2019, p. 77), la majorité des hommes bénéficient de cette hégémonie et se trouvent dans un « rapport de complicité » qui met au jour les tensions et arrangements que font les hommes entre tenir de front la ligne du patriarcat, avec les risques et tensions que cela implique, et la perception de ces dividendes, de ce point de vue « le mariage, la paternité et la vie en communauté passent souvent par la négociation avec les femmes et non par une domination pure ou imposition d'une autorité » (2019, p.77).

9-1 Masculinités hégémonique, masculinités complices, un rapport à déconstruire

Les modèles de genre masculins sont abordés au prisme de la masculinité hégémonique et des masculinités complices. Connell évoque le concept central de masculinité hégémonique, qu'elle définit comme une « configuration des pratiques de genre » visant à assurer la perpétuation du patriarcat et la domination des hommes sur les femmes (R. Connell, 2014). Mais, elle précise également que « cette forme de masculinité n'épuise cependant pas le répertoire des masculinités « disponibles » (au sens de « susceptibles d'être incarnées »). Elle définit en creux d'autres modalités d'expression de la masculinité, telles que la masculinité « complice » (lorsque les individus légitiment la masculinité hégémonique, sans nécessairement en tirer bénéfice), (...). » (2014, p. 11). Ce positionnement apparaît pertinent pour questionner les différentes manières de construire la masculinité, observées au cours de l'enquête. En considérant la masculinité (Frayssé, 2013) comme une forme de masculinité hégémonique dans le champ du sport, et plus spécifiquement dans le sous champ du fitness, il s'agira de questionner la production d'autres formes de masculinités hybrides, dynamiques, novatrices et surtout complices.

Alors que des travaux mettent en avant la production d'une forme de « masculinité hégémonique à la française » (X. Clément & Louveau, 2013) au sein d'institutions d'état des « sports centraux » (Messner, 2002), d'autres s'intéressent à la dynamique relationnelle du genre dans la production de masculinités multiples et complices dans des sports moins traditionnels (Thorpe, 2010). Ainsi, la présence des femmes et/ou son absence dans les lieux de pratiques sportives structure des processus d'identification à la catégorie homme. Ces différentes formes de pratiques mettent en exergue ce que Connell (2019) précise à propos de la dimension collective de la construction de la masculinité : il ne s'agit pas de la définition d'un individu isolé mais du travail collectif d'un groupe (groupe de pairs à l'adolescence, réseau ethnique, groupe professionnel, etc). Dès lors, les contextes sociaux, tels les pôles sportifs de handball étudiés par Xavier Clément (2013) ou les pratiques de snowboard de haut niveau analysées par Holly Thorpe (2010) ne recouvrent pas les mêmes contextes de production des masculinités. L'un étudiant la production institutionnalisée des « grands hommes » (Godelier, 1982) au travers d'un modèle de « masculinité hégémonique à la française », l'autre la production de masculinités complices multiples. Par ailleurs, la production de masculinités est à considérer en opposition à la production de féminités (R. Connell, 2014; Thorpe, 2010) et révèle l'importance de prendre en compte les interactions qui s'exercent entre les deux sexes et qui structurent également les hiérarchies entre les hommes (Thorpe, 2010).

La spécificité du contexte de l'étude pointe donc les difficultés à déterminer un modèle de genre dominant, un idéal, vers lequel tous les hommes tendraient et révèle « l'impossibilité d'imposer un modèle de genre unique » (Connell, 2021, p.25). En effet, la rationalité du marché économique et la contractualisation d'une prestation de service dans un échange économique-affectif engageant la grande majorité des professionnels dans des carrières émotionnelles, c'est-à-dire dans un travail passion mais également dans une relation servicielle (Jeantet, 2003) marquée par le travail des sentiments traditionnellement associé aux femmes (Hochschild, 2017). Sans avoir recours à la violence ni à la prise de risque, ces professionnels travaillent majoritairement pour un public féminin, ce qui remet en question certaines caractéristiques de la masculinité hégémonique, notamment l'exclusion des femmes. Cet aspect permet d'interroger un processus d'expression de masculinités plus « douces » mais qui « (...) ne sont pas en soi émancipatrices pour les femmes et peuvent, en réalité, dissimuler le fait que les droits des femmes sont usurpés¹³¹ » ((Donovan, 1998 p. 837). En somme, ces masculinités plus

¹³¹ Cité par Demetriou (2015, p.18)

« douces » nuancent les formes les plus extrêmes de la masculinité hégémonique mais restent néanmoins complices du rapport de domination entre les sexes.

Ce contexte professionnel ne s'organise pas tel une institution (politique, sportive ou familiale par exemple), les enquêtés sont majoritairement des gérants indépendants polyvalents, très peu (2) travaillent dans un système hiérarchisé de type patron/salarié. Aussi, l'organisation est surtout informelle et la division du travail qui se structure selon les capitaux (culturel et spécifique) et le type de couple (mixte, d'hommes, privé, professionnel, privé et professionnel). Des similitudes fortes existent avec ce que précise Connell à propos des carrières et lieu de travail dans le chapitre « Des hommes de raison », récemment traduit en français de *Masculinities* (1995, pp. 164-178). Deux types de lieux de travail existent un premier « organisé hiérarchiquement, le meilleur des connaissances est censé se concentrer au sommet. La rationalité de l'organisation est garantie par l'autorité formelle et par un contrôle social serré » (Connell et al., 2019, p. 36). Un deuxième type de lieu de travail coexiste avec le premier, celui où il y a peu d'organisation formelle et une division minimale du travail. Les tâches y sont négociées au fur et à mesure, même avec un patron, le statut est négocié, dans un style antibureaucratique (Connell, 2021). Cette forme d'organisation rappelle bien ce que les enquêtés évoquent dans les entretiens, avec un positionnement critique par rapport à l'autorité¹³². Ces hommes (pris en exemple par Connell, et les professionnels enquêtés) « occupent surtout des emplois structurés par une dynamique de carrière : ils monteront les échelons et occuperont à terme une position d'autorité sur les autres travailleur-ses » (2019, p. 36). Pour les enquêtés, en tant qu'indépendant et gérant ou co-gérant polyvalent, la question des rapports hiérarchiques au travail est évacuée, sauf par ceux qui emploient des salariés. Par conséquent, la dynamique de carrière se structure autour d'un maintien de l'activité et/ou d'un accroissement de celle-ci par le développement de l'entreprise (ce qui n'est pas le cas de tous les enquêtés¹³³). Ce contexte est ainsi plus favorable que d'autres à des négociations autour de la définition du masculin. Il est intéressant de relever les changements qui se produisent dans les rapports de genre, les conditions de ceux-ci et leurs effets sur l'ordre de genre. L'intérêt de penser ces modèles de genre comme complices revient finalement à prendre en compte l'hégémonie interne au service de l'hégémonie externe, pour reprendre l'expression de (Demetriou, 2015b), et à montrer que ces masculinités complices ont un rôle primordial, moins

¹³² Ce point est évoqué dans le chapitre 5.

¹³³ Pour rappel, dans les chapitres 6 et 7, les modes de gestion « gestionnaire » ou « développeur » reviennent sur la construction d'une éthos professionnel marqué davantage par la passion que par la rentabilité économique et le profit

visible, moins explicite mais tout autant politique, dans la perpétuation de la domination des hommes sur les femmes comme système social de référence.

Les enquêtés se positionnent bien du côté de la masculinité hégémonique parce que ce sont des travailleurs du sport¹³⁴ mais ils ne l'incarnent pas véritablement ni complètement. Finalement cela revient à considérer que la masculinité hégémonique n'est jamais véritablement et totalement incarnée. Connell précise bien à ce sujet que « la « masculinité hégémonique » n'est pas un type de personnalité figé et invariant, mais la masculinité qui est en position hégémonique dans une structure donnée de rapports de genre, une position sujette à contestation » (2014, p.73). Et c'est bien les formes de contestation de la masculinité hégémonique qu'il s'agit de mettre en évidence. Thorpe (2010) souligne de manière pertinente que l'expression de la masculinité dépend du champ, de la position dans le champ, de la connaissance des règles et des intérêts qui structurent le champ. Les masculinités sont négociées différemment selon les champs comme la famille ou le travail (R. Connell et al., 2019). L'enjeu est donc de définir et délimiter le contour de ces configurations de pratiques corporelles et comportementales qui « sont soumises au changement et à l'histoire » (p.11). Ainsi, cette « forme culturellement idéalisée du caractère masculin » (McKay & Laberge, 2006, pp. 239-267) ne recouvre pas totalement les individus qui y prétendent, il s'agit d'un idéal, « rares sont les hommes qui atteignent les standards normatifs » (Connell, 2014, p.77).

Se demander quelles formes de relations entretiennent ces masculinités complices avec la masculinité hégémonique, la masculinité, permet de manière plus large de questionner la structure sociale de la domination des hommes sur les femmes, En effet, l'ordre du genre bénéficie de la complicité de ces masculinités qui ne s'inscrivent pas totalement dans cet idéal-typique de masculinité hégémonique mais la légitiment et en tirent bénéfices. En écartant l'idée d'identités figées, les masculinités complices permettent de comprendre ce qui participe à reconfigurer la masculinité hégémonique. Les critiques faites au concept de masculinité hégémonique discutent l'homogénéisation de celle-ci et plus précisément Demetriou (2015) développe l'idée d'un bloc hybride qui unifie des pratiques provenant de diverses formes de masculinités (subordonnées, marginalisées) de façon à assurer la reproduction du patriarcat. Il conteste donc la dualité entre masculinité hégémonique et non-hégémonique. « Nous avons l'habitude de concevoir le pouvoir masculin comme une totalité fermée, cohérente et unifiée, qui n'accueille l'expression d'aucune altérité ni contradiction. C'est une illusion (...) c'est justement par son contenu hybride et en apparence contradictoire que la masculinité

¹³⁴ Le sport est considéré comme un des derniers bastions de la masculinité hégémonique (Mennesson, 2007).

hégémonique se reproduit. » (Demetriou, 2015, p. 19). En prenant appui sur la subculture des masculinités gays, il précise comment certaines pratiques gays sont devenues constitutives de la masculinité hégémonique moderne, « la culture gay peut influencer la population masculine dans son ensemble et peut même participer au projet de la domination patriarcale à condition qu'elle soit visible ». L'hybridation de la masculinité dominante passe donc par l'appropriation de signifiants genrés, tel que le port de boucle d'oreille ou l'intérêt porté à la tenue vestimentaire, et laisse apparaître des formes plus « douces » et moins « opposées aux féminités contemporaines, au niveau symbolique » (p.18).

Demetriou nuance ainsi l'idée d'hégémonie externe ainsi que l'institutionnalisation de la domination sur les femmes et celle d'hégémonie interne, l'institutionnalisation de la domination sur d'autres hommes. L'importance que revêt ce point est primordiale pour saisir l'étude des masculinités, et la focale sur l'hégémonie externe ou interne permet de nuancer d'apparentes contradictions. Par exemple, pour Brian Donovan (1998), les formes de masculinités plus douces dissimulent la reproduction d'un système patriarcal et prennent appui sur l'hégémonie externe, alors que les travaux d'Alexandra Oeser (2019) sur les masculinités au travail -qui se centrent sur l'hégémonie interne et les rapports de force au sein du groupe des hommes- montrent une remise en cause¹³⁵ de la masculinité apaisée¹³⁶, plus douce. A juste titre, Demetriou pose la question du rapport entre ces deux formes de domination : sont-elles une seule et même chose, complémentaires ou découlent-elles l'une de l'autre ? En répondant que la masculinité hégémonique est par-dessus tout une stratégie de subordination des femmes, l'hégémonie interne semble être, pour Connell, « davantage un moyen dans l'accomplissement de l'hégémonie externe qu'une fin en soi » (2015, p. 8).

En réponse aux critiques faites au concept de masculinité hégémonique, Connell et Messerschmidt (2015) proposent une actualisation de celui-ci et précisent différentes formes de masculinités plus locales comme des formes appauvries de la masculinité hégémonique. Les modèles de genre, internationaux, médiatisés, de la masculinité hégémonique idéalisée sont

¹³⁵ Dans son étude, l'auteur bat en brèche la vision homogénéisée des masculinités socialement situées avec l'usage de la force physique qui peut exister autant du côté des ouvriers que du côté des cadres supérieurs, lors d'un conflit social opposant le salariat, les représentants syndicaux et le patronat dans le système financiarisé et globalisé des grandes entreprises.

¹³⁶ Cette notion de masculinités plus douces n'est pas sans rappeler les travaux d'Anne-Marie Sohn sur le XIX^e siècle qui s'interroge sur la présence de modèles différents de masculinités, « le XIX^e siècle voit donc le déclin d'une masculinité fondée sur la force, le courage et l'honneur. La provocation, le défi et la violence qui tissaient le quotidien des jeunes hommes se délitent ainsi progressivement. Émerge, en parallèle, une masculinité apaisée où la parole remplace le geste, où la compétence prime sur la domination primaire, où la médiation remplace l'affrontement. Ces deux modèles ont servi de référence à tous les jeunes hommes, même s'ils se déclinent selon des variantes propres à chaque configuration sociale, voire à chaque métier » (Sohn, 2009, p. 393).

souvent éloignés de la réalité des contextes locaux. Cette perspective reprise dans d'autres contextes professionnels (Boni Le Goff, 2013 ; Fraysse, 2013) permet d'articuler les logiques sociales sous-jacentes à la production de masculinités plurielles, multiples et dynamiques à la position occupée dans le champ par ces professionnels. A ce titre, Connell (2019) différencie plusieurs formes de masculinités selon les contextes sociaux : la masculinité transnationale en affaires, la masculinité bourgeoise historique, la masculinité « geek » et les masculinités changeantes du secteur des TIC (Poster, 2013). Autrement dit, la question des masculinités complices, totalement écartée par Demetriou, pourrait pourtant constituer une piste d'analyse de reconfiguration du bloc masculin au travers de la notion de masculinités hybrides, dynamiques et plurielles, légitimant le processus de domination des hommes sur les femmes. Ce serait « une erreur que d'identifier la masculinité hégémonique uniquement à la force physique », la domination des hommes sur les femmes est « maintenant légitimée par l'organisation technique de la production, plutôt que par la religion ou imposée par la force » (Winter & Robert, 1980 cités par Connell, 2019, p. 27). Dans le monde professionnel de la « nouvelle classe moyenne » (Connell et al., 2019, p. 35) caractéristique des enquêtés, il s'agira de se concentrer sur ces modèles de genres masculins complices incarnés par « les hommes qui travaillent dans ces milieux qui revendiquent une expertise mais qui n'ont pas l'autorité sociale donnée par la richesse, le statut des professions reconnues depuis longtemps ou le pouvoir corporatiste » (Connell, 2019, p.27). En concurrence sur le plan économique et symbolique, mais sans véritablement entretenir des relations de pouvoir hiérarchisées, ces masculinités sont complices d'une stratégie collective plus globale du groupe des hommes, d'un système social de reproduction de la domination. Le concept réactualisé dans une perspective Nord/Sud Global (R. Connell, 2021) pointe les structures de pouvoir (l'école, la religion, l'armée, les colons) comme système de reproduction du patriarcat dans les sociétés coloniales et post coloniales, soumis continuellement aux bouleversements et contestations par des formes multiples de masculinités. Le néolibéralisme articule les scènes locales et transnationales et montre un processus de construction de la masculinité qui prend de nouvelles formes. L'hégémonie n'est pas aux mains des seules institutions séculaires, les masculinités professionnelles mettent au jour d'autres formes d'expression de la masculinité, où les agents transnationaux ou grands dirigeants doivent composer avec des partenaires locaux aux cultures différentes. Alors que dans certains cas, un système plus égalitaire et moins hiérarchique se dessine, dans d'autres l'hégémonie maintient une division et une hiérarchisation entre les sexes, faisant apparaître un ordre mondial du genre. Ce point est intéressant à prendre en compte dans la mesure où la circulation des modèles de genre internationaux participe à produire les normes de genre

(symboliques et concrètes) du sous champ. La notion d'hégémonie développée par Antonio Gramsci (est à comprendre comme une « dynamique culturelle par laquelle un groupe revendique et maintient une position sociale de *leadership* » (Connell, 2014, p.74). Dès lors, s'exerce une lutte sociale dans le cas de la masculinité hégémonique pour maintenir « ce qui garantit (ou est censé garantir) la position dominante des hommes et la subordination des femmes » (p.74). L'autrice précise que la masculinité hégémonique peut être incarnée par des modèles (des acteurs, des sportifs professionnels) voire par des figures imaginaires, tel des personnages de film ou des stars. Elle insiste également entre la correspondance nécessaire, « collective sinon individuelle », entre idéal culturel et institution dans une stratégie « acceptée à un moment donné ». En relation avec le terrain de l'enquête, il semble donc plus pertinent de s'intéresser aux masculinités complices incarnées par les enquêtés et de voir comment ce groupe d'hommes remet en question d'anciennes configurations.

9-2 La production d'une anatomie genrée au service de l'expression des masculinités complices, mais pas seulement ...

Le classement par corps des enquêtés révèle une posture complice de la masculinité, la masculinité hégémonique idéalisée du sous champ. Cette relation de complicité est ambivalente, d'une part elle renforce la structure sociale de la domination des hommes sur les femmes et d'autre part elle participe à faire émerger des masculinités plus « douces » qui nuancent les rapports sociaux de sexe sans pour autant remettre en cause fondamentalement l'ordre de genre.

La socialisation professionnelle participe ainsi majoritairement à renouveler des configurations de pratiques corporelles et comportementales et montre que ce qui fait « les hommes » et les façons dont se construit le masculin dépendent de l'espace social étudié (Garcia, 2015).

Ce rapport complice entre masculinité hégémonique et d'autres formes de masculinités est étudié ici dans le contexte d'un travail hyper rationalisé du point de vue de l'expertise technique (R. Connell et al., 2019). La rationalité renvoie dans ce cadre à l'idée que la raison est traditionnellement associée aux hommes et les sentiments aux femmes. Cette idéologie patriarcale intègre donc la science et la technologie -moteurs du progrès- dans la capacité de la masculinité hégémonique à incarner le pouvoir de la raison (R. Connell et al., 2019). Ainsi, la rationalisation entretient un lien fort avec la construction sociale du genre. Elle contribue à mettre au jour des formes de masculinités organisées, non plus autour de la domination directe, mais autour des connaissances techniques, qui infléchissent de manière alternative la

masculinité hégémonique. C'est l'expression de ces masculinités complices, multiples, et de ces formes alternatives d'infléchissement que se propose d'étudier la partie suivante dans le cadre d'un contexte professionnel.

Pour ce faire, et parce que le corps est l'enjeu spécifique du sous champ, l'analyse porte d'abord sur l'hexis corporelle. La définition de l'hexis corporelle proposée par Bourdieu (1979) nous semble pertinente pour identifier les indicateurs nécessaires à l'analyse. Ainsi, « faire une place au corps » revient à analyser tant la position sociale que la fabrique du genre au prisme de la morphologie : le muscle, les chairs, le volume du corps, en somme le gabarit ne renvoie ni aux mêmes logiques sociales (Bourdieu, 1979), ni aux mêmes normes du masculin (Roussel & Duret, 2005). La stylisation genrée du corps, comprise dans le sens des manières de « (le) présenter aux autres », permet d'objectiver ce qui relève des pratiques d'esthétisation de soi - par la stylisation vestimentaire, l'accessoirisation, la coiffure, les marquages corporels (tatouages), les pratiques d'embellissement (dépilatoires, bronzage), le port de bijoux- qu'il convient de mettre en perspective avec le patrimoine dispositionnel et les modes de socialisation professionnelle. Enfin, les façons « de tenir son corps » et « de le mouvoir » permettent d'accéder à une compréhension plus fine des usages professionnels du corps distincts selon l'origine sociale, la trajectoire et les positions occupées dans le sous champ. L'ensemble des données permet alors d'accéder à « ce qui donne au corps sa physionomie sociale », c'est-à-dire des configurations de pratiques (Connell, 1995) corporelles qui renouvellent la masculinité hégémonique.

Dans un deuxième temps, les comportements de genre pris dans les modalités concrètes d'interaction participent à l'infléchissement d'une domination qui se ferait uniquement par l'imposition d'une autorité et d'une subordination directe sur les femmes. Les normes de genre sont nuancées majoritairement selon le capital culturel et les dispositions sociales, et de manière plus large les rapports sociaux de sexe se montrent parfois moins asymétriques sous l'effet de la socialisation conjugale (de Singly, 2000), même si la séduction hétérosexuelle se laisse percevoir.

Enfin, les stratégies de positionnement économique de ces hommes participent à hybrider l'expression de la masculinité. Entre coûts et bénéfices, les enquêtés éprouvent plus ou moins de difficultés à tenir de front la ligne qu'implique le patriarcat selon leur trajectoire sociale et leur ethos. Aussi, les tensions et arrangements dont font preuve ces professionnels questionnent la culture masculine professionnelle notamment par la prédominance des carrières émotionnelles et du travail des sentiments menés par ces enquêtés.

9-3 Les « artisans du corps »

Pierre (50ans), Serge (+de 50 ans), Alain (49 ans) et Jérémy (- de 30 ans) sont les enquêtés qui se retrouvent dans ce groupe des artisans du corps. Caractérisés par une hexis corporelle au service de la masculinité, ils mobilisent la virilité comme fondement de leur appartenance au groupe des hommes. Mais ce travail du corps est accompagné de genderisms professionnels et privés qui viennent atténuer l'expression de cette masculinité et les placent du côté des masculinités complices. En effet, l'engagement au travail se définit pour ces professionnels par un engagement particulièrement intense sur le mode de la passion, voire de la vocation. Aussi, cette carrière émotionnelle n'est rendue possible que par des modalités d'exercice du métier masculines avec un usage du corps professionnel « masculin », une séduction distanciée et des genderisms traduisant une posture d'hyper professionnel, d'expert technique. Par ailleurs, ce positionnement par corps révèle des stratégies de positionnement aussi variées que les trajectoires des hommes de ce groupe. Le rapport de complicité qu'ils entretiennent avec la masculinité est collectif, permet de réaffirmer la supériorité physique des hommes sur les femmes et une vision essentialisée du monde social. Mais il s'exprime également de manière individuelle ce qui participe à la fragmentation du modèle de masculinité hégémonique. Ces singularités mettent au jour des logiques sociales, des histoires corporelles atypiques et des styles de vie en relation avec des ethos différents. Entre bénéfices et coûts, l'expression de cette masculinité n'est pas une plénitude.

9-3-1 Une hexis corporelle au service de la masculinité

Pour ce modèle de genre (4 sur 13), la construction du masculin montre une certaine conformité sociale et corporelle (Pierre et Serge), et dans le même temps des histoires corporelles atypiques (Alain et Jérémy) qui peuvent nuancer l'association entre une forme de corps et une appartenance de classe. L'ensemble des pratiques et usages professionnels du corps permettent de comprendre la constitution d'une morphologie et d'une hexis corporelle qui se rend complice de la masculinité et en retire des bénéfices sur le plan symbolique et professionnel. Si l'intériorisation du masculin viril basé sur la force et la puissance et le recours à l'expertise technique professionnelle sont des caractéristiques communes, les processus d'intériorisation varient. Ces derniers participent ainsi à des stratégies de positionnement hétérogènes. Aussi, 3 « portraits » sont nécessaires pour objectiver finement la fabrique du genre chez ces professionnels.

9-3-1-1 Façonnage du corps entre virilité populaire et histoire corporelle atypique

Dans ce contexte professionnel, « faire une place » au corps (Bourdieu, 1979, p. 552), renvoie pour ces enquêtés à une façon de le présenter aux autres comme « fort », « musclé » et « viril » et leur morphologie se caractérise par une valorisation de la masse musculaire. Si la construction de cette anatomie genrée précède l'entrée dans la carrière, ses modalités de construction varient selon les histoires corporelles de chacun.

Serge (issu des classes populaires) se donne à voir comme un athlète de musculation esthétique, de petite taille, sa musculature est acérée, « *et je me souviens mes copains de l'époque se demandaient pourquoi j'avais des biceps comme ça à l'âge que j'avais parce que j'étais toujours à trainer autour de mon père, dans ses pattes pendant qu'il faisait ses barres* ». Cet extrait évoque le rapport au corps, son rôle, son apparence, sa morphologie dans la construction d'une corporéité masculine dès le plus jeune âge. Sa socialisation sportive participe à façonner un corps de sportif proche de la « masculinité » culturellement idéalisée.

Pierre (issu des classes populaires), lui est attiré par les sports d'expression de la force, assez présents comme pratiques sportives des classes populaires (J.-P. Clément, 2001). Le judo, le rugby, la pelote basque, la force athlétique sont les activités pratiquées par cet enquêté, « *voilà, j'ai toujours aimé ces sports de force (...) mes parents me racontaient que même tout petit, quand on allait se balader sur la plage, j'ai toujours essayé de soulever des trucs plus lourds que moi, voilà, ça a toujours été un truc...* ». Pierre précise qu'il aimait se confronter aux autres mais sans devenir le plus fort « *voilà, j'ai toujours voulu me mesurer mais sans forcément vouloir être le... Je n'ai jamais fait ce qu'il fallait pour être le meilleur, tout simplement* ». Ses pratiques sportives participent à façonner un gabarit, une morphologie spécifique qui donne aux muscles une signification particulière, celle de la virilité. Ancien rugbyman, Pierre impose par sa « carrure » dont on perçoit l'importance qu'il lui accorde et les bénéfices qu'il en retire. Il précise avoir ce gabarit de longue date et donne une indication de poids, comme un repère significatif : « *Je me situe entre 95 et 100 mais voilà, j'ai toujours tourné entre 86 kilos et 100 kilos depuis que j'ai 20 ans, depuis que j'ai l'âge de 20 ans, depuis 30 ans.* ». Son anatomie genrée et son hexis corporelle s'accordent sur quelques traits idéaux-typiques de la masculinité hégémonique, en passant de la pratique du rugby à celle de la musculation, deux activités où la lutte est symbolique, le défi physique se faisant contre soi-même et non plus contre des adversaires. Cet aspect se retrouve de manière assez prégnante chez les sportifs et/ou travailleurs sportifs qui incarnent au plan corporel cette masculinité, l'exaltation de la force

physique participe également à la construction de la masculinité hégémonique (Sabo, Pannepinto, 1990) et définit ainsi les attributs du masculin viril.

Le cas de Jérémy et Alain, issus de familles du pôle économique des classes moyennes, est différent. Ils se caractérisent par un travail spécifique de leur morphologie, vécue telle un stigmate (Goffman, 1968) et qu'ils qualifient de « *physique de crevette* ». Ils cherchent ainsi à produire une anatomie genrée visant à « impressionner » (Jarthon, 2018a) de manière à renverser ce stigmate corporel. Jérémy et Alain donnent à voir un corps où la musculature est particulièrement valorisée. Ils présentent la même socialisation sportive classique des garçons issus de famille des classes moyennes (pôle économique), Jérémy pratique le judo, la natation, le football dans son enfance puis plus tard les sports de combat et la musculation. Alain lui pratique le judo et à l'âge adulte le squash et la musculation. Complexés par un physique de « *crevette* », ils trouvent par la suite dans la pratique de la musculation une manière de renverser le stigmate d'un corps qui ne correspond pas aux standards de leur catégorie de sexe (Darmon, 2003) et les différentes étapes de socialisation sont marquées par ce processus. Le gabarit, la morphologie éprouvent dans et sur les corps la masculinité toute entière et le sentiment d'appartenance à sa catégorie de sexe, ce qu'exprime assez bien Alain.

« Le sport a commencé parce que je suis une crevette, le plus petit de la classe et le premier de la classe donc avec un tempérament qui faisait qu'il fallait que je trouve une solution pour que la vie continue et donc j'ai fait d'abord du judo ... »

Alain, gérant de Go Forme

Ce processus de construction d'une morphologie sexuée est davantage à situer dans la construction d'un corps masculin que dans la fabrique d'un corps de classe. La pratique de la musculation esthétique lors de la socialisation secondaire vient atténuer la relation entre masse musculaire et appartenance aux classes populaires, « *moi je me suis lancé comme ça et puis au fur et à mesure on y prend goût, ah j'étais assez complexé plus jeune donc c'était surtout pour ça et puis finalement on s'y prend au jeu, on commence à s'intéresser de plus en plus.* » La socialisation corporelle supplée pour ces enquêtés une logique de classe et montre que le masculin se construit différemment dans l'espace social. Au sein même de chaque classe sociale -et particulièrement au sein des classes moyennes- les pratiques liées au corps sont hétérogènes et dépendent souvent de la part respective des capitaux culturels et économiques détenus par les parents (Mennesson et al., 2019).

Le masculin viril n'est pas dénué de stylisation corporelle, Serge et Pierre se distinguent par un style sobre, épuré à l'inverse d'Alain et Jérémy.

La stylisation corporelle de Serge peu développée contribue à l'expression de soi normée par des stéréotypes de genre et une origine sociale. Mobilisant assez peu le registre d'une stylisation corporelle et vestimentaire spécifique « fitness », Serge se présente en survêtement Adidas et marcel. Pour ce cinquantenaire, la simplicité est de mise, pas de tatouages évidents, ni de coupe de cheveux à la mode, la mise en scène du genre est assez épurée.

Pour autant, les formes contemporaines de virilité n'excluent pas des aspirations à développer un capital culturel ou/et économique (Mauger, 2006) comme cela peut se noter avec la pratique du tuning (Darras, 2012), la stylisation vestimentaire et/ou du « franc-parler » (Rasera & Renahy, 2013a). La stylisation vestimentaire participe également à jouer un rôle sur la scène professionnelle et dans l'espace social de manière générale. Jérémy et Alain mobilisent des pratiques d'esthétisation de soi : stylisation vestimentaire, coiffure structurée, tatouages, port de bijoux (bagues, montre), qui renvoient d'une part à une logique sociale de présentation de soi très développée dans les familles du pôle économique de la classe moyenne et d'autre part à la culture des bodybuilders (Jarthon, 2018a), ou à celle des cadres commerciaux (Hidri, 2007). A ce sujet, Isabel Boni Le Goff (2013) précise que dans l'espace professionnel du conseil, les hommes, comme les femmes, ne sont pas exempt·e·s des standards esthétiques, « les hommes sont toutefois loin d'être affranchis des canons du corps désirable : le sous-poids représente pour eux une situation presque autant dévalorisante que le surpoids des femmes » (p.191). La petite taille (Löwy & Marry, 2007) vient également renforcer la stigmatisation et entraîne une disqualification corporelle dans toutes les sphères de la vie sociale. Qu'il s'agisse des stigmates de l'enfance ou du discrédit professionnel voire jusque sur le marché matrimonial, le physique occupe une place importante dans l'expression de la masculinité.

Le dévoilement de la musculature volumineuse¹³⁷ se fait, pour ces derniers, par impression sur des vêtements particulièrement moulants. Ils valorisent également leur musculature par un choix de vêtements spécifiques (short long et tee-shirt blanc très près du corps laissant apparaître tout le travail de production d'une anatomie à la musculature volumineuse (sangle abdominale, les pectoraux, dorsaux et biceps). La socialisation vestimentaire montre que le vêtement -l'uniforme selon les catégories professionnelles- agit sur les représentations que les membres d'une organisation se font des attentes de leur public, de leur clientèle, de collègues

¹³⁷ Les mesures sont particulièrement valorisées dans la pratique du bodybuilding, elles donnent des indications pour se repérer et se comparer.

ou de supérieur·e·s hiérarchiques (Rennes et al., 2019, pp. 23-27). Véritable enjeu dans les activités de représentation, l'habit de travail est également un support des organisations professionnelles (Matonti, 2019). Participant à produire un ethos professionnel spécifique et à traduire le statut de l'entreprise (Boni-Le Goff, 2019), le choix de la tenue de travail tend vers une « vigilance vestimentaire » et continue d'être régi par des logiques de genre. À ce titre Pierre opte lui pour le jean et le polo de marque. Les codes vestimentaires implicites ou explicites révèlent toujours des rôles professionnels et une forme de division sociale. Cette représentation du masculin recouvre une déclinaison symbolique qui varie d'un contexte social à un autre, d'une époque à une autre et montre que la virilité peut s'exprimer de manière « corporelle ou réputationnelle », « noble ou vulgaire » (Rasera & Renahy, 2013, pp. 169-173) et ne se substitue pas au populaire.

Si leur morphologie les rapproche de la masculinité idéalisée, leur stylisation genrée du corps varie avec des configurations de pratiques corporelles renouvelées par les hommes dans cet espace social spécifique.

9-3-1-3 Modes de socialisation masculine

La production de cette corporéité renvoie à des dispositions sociales, sexuées et sportives particulières.

Issus de familles d'ouvriers¹³⁸, Serge et Pierre incorporent une hexis corporelle typiquement masculine et virile. Assez proches du modèle des « artisans du vélo¹³⁹ » (Frayse, 2013) ces deux enquêtés se caractérisent par une hexis corporelle typique complice de la masculinité hégémonique. La relation qu'ils entretiennent avec « le muscle et la chair » n'est pas sans rappeler la virilité populaire développée par Nicolas Renahy et Frédéric Rasera (2013). Attirés par les sports de force (l'haltérophilie, et la force athlétique) Pierre et Serge acquièrent une hexis corporelle typique, consubstantielle d'un habitus « masculin ». Connell (1995, 2014) précise que « le corps est incontournable dans la construction de la masculinité », mais sans être figé, l'histoire personnelle et collective intègre les processus corporels comme des processus sociaux. Ces dispositions à la fois sociales, sportives et sexuées acquises durant la

¹³⁸ Serge a un père ouvrier et une mère au foyer.

Pierre a un père mécanicien et une mère au foyer.

¹³⁹ Mélie Fraysse montre dans le cas des représentations médiatisés des pratiquants de Vélo Tout Terrain, que les « artisans du vélo » sont caractérisés par une origine sociale populaire et un modèle de genre dédié à la masculinité exacerbant les traits saillants de la masculinité hégémonique, dont la masse musculaire.

socialisation primaire rendent saillantes un idéal-type corporel où la musculature permet d'incarner une virilité « corporelle ou réputationnelle » (Rasera & Renahy, 2013a). Chez Serge, non seulement, les dispositions sportives se construisent par entraînement direct, mais prennent également la forme d'une inculcation (implicite ou explicite) idéologique-symbolique de valeurs, normes et modèles (Lahire, 1999) en relation avec la culture du corps.

« Donc voilà, alors à la maison, depuis tout gosse, j'ai toujours vu une pièce transformée en salle de gym (...) il (son père) était abonné à la revue « Toute la culture physique » à l'époque, et je regardais ça étant gosse et on avait quelques jeunes dans le village qui faisaient de la force athlétique (...) Et mon père faisait la tournée et les emmenait aux compets de temps en temps et il m'emmenait avec lui et j'étais sur les genoux de ces gars, j'avais 6 ou 7 ans ou 8 ans avec eux déjà donc ça a commencé comme ça. »

Serge, co-gérant polyvalent de Gym Land

Les travaux montrent que dans les stratégies éducatives des familles le façonnage du corps participe à l'incorporation de dispositions spécifiques et l'intériorisation d'un ethos socialement *situé* (Mennesson et al., 2016).

Pierre, vient renforcer cette caractéristique du masculin viril. Son anatomie genrée et son hexis corporelle s'accordent avec quelques traits idéaux-typiques de la masculinité hégémonique. En passant de la pratique du rugby à celle de la musculation, l'exaltation de la force physique (Sabo & Panepinto, 1990), le défi symbolique (Steven & Messner, 2002) de la lutte caractérise ce qui se retrouve de manière assez prégnante chez les sportifs et/ou travailleurs sportifs qui incarnent au plan corporel cette masculinité, et définit ainsi les attributs du masculin viril. La littérature montre à ce sujet que la culture (sportive) populaire s'articule autour de l'expression de la force, de la puissance et selon les contextes de la violence (Bourdieu, 1979; Lepoutre, 2001; R. Connell, 2014).

Le cas de Jérémy et Alain, issus de familles du pôle économique des classes moyennes, est différent. Ils cherchent ainsi à produire une anatomie genrée visant à « impressionner » (Jarthon, 2018a) de manière à renverser ce stigmate corporel. Cette configuration de pratiques masculines se superpose à la pratique de la musculation esthétique lors de la socialisation secondaire et vient atténuer la relation entre masculinité et appartenance aux classes populaires. Les dispositions corporelles s'acquièrent et se renouvellent au prisme des expériences variées

lors des différents modes de socialisation et selon les différents régimes de genre traversés (Voléry & Tersigni, 2015).

Non seulement cette corporéité genrée est produite dans un contexte social spécifique mais elle est entretenue sous les effets de la socialisation professionnelle. En adhérant aux normes de genre du sous champ, ces enquêtés participent collectivement à perpétuer la complicité de la domination masculine.

Alain montre son adhésion aux normes de genre de la musculation -il est particulièrement musclé et bronzé- avec fierté. Il précise « *j'ai 49 balais, il n'y a pas beaucoup de mecs qui sont gaulés comme moi à mon âge* », (Alain). La pratique sportive lui a permis de « *se construire* » d'un point de vue physique et philosophique.

« Grâce au judo, j'ai compris beaucoup de choses. Disons que le judo m'a permis d'identifier que dans la vie, quand on voulait, on pouvait. Je suis devenu champion de judo parce que je suis quelqu'un de battant. J'ai compris que quand on était champion, qu'on prend confiance en soi, qu'on était bien dans sa peau, que certaines manières d'être bien dans sa peau donnaient du succès dans le reste et moi ma vie a été un tourbillon de choses, j'ai fait des études, j'ai fait plein de choses en fait ».

Alain, gérant de Go Fitness

Le façonnage d'une corporéité genrée lui permet de se distinguer. Les tatouages sont une véritable stratégie lui assurant une visibilité notoire : « *voilà, sans aucun doute. Je fais la différence, on me reconnaît, c'est pour ça que je suis connu. C'est pour ça que je me suis marketé, j'essaie d'être un personnage différent, il faut qu'on parle de moi, j'étais avec une Harley. Il ne faut pas qu'on dise du mal, il ne faut pas que je fasse le con, je ne fais pas de soirées. Je sors très peu mais je suis visible, je suis sportif, il n'y a pas de doute.* » Il se décrit comme un « *mec mec* », et revendique les caractéristiques du masculin viril, « *et bien on va dire que je peux considérer être un mec mec. Un mec mec avec des poils, avec... Je ne suis pas un métrô comme on dit, je ne fais pas de l'esthétisme, je ne me fais pas épiler les sourcils, je ne mets pas de masque sur mon visage... Je dis ça parce que je pense que c'est une valeur qui est en train de disparaître le mec mec.* » (Alain).

D'une autre manière, Serge illustre lui aussi le travail continu du façonnage du corps lors de la socialisation professionnelle.



Photo n°18, Serge sur le panneau 4X4 situé sur le parking de sa salle.

En filigrane, Serge torse-nu pose sur l'espace publicitaire. Le buste, les pectoraux et un bras fléchi (en contraction musculaire) rendent compte de sa musculature acérée, saillante et dessinée telle celle des culturistes qui valorisent la visibilité de chaque faisceau musculaire. Il précise à ce sujet une étape de sa carrière où il a voulu « *poser les choses* » en s'adonnant à une préparation physique pour la musculation esthétique et le bodybuilding.

« Et bien écoutez, regardez le panneau dehors c'est moi qui suis en photo, sur le panneau extérieur, le panneau publicitaire, en sortant vous verrez. (...) Voilà. J'ai voulu à un moment donné une photo... Le bodybuilding oui oui, je suis allé dans la muscu esthétique, je suis allé voir pas mal, assister à des concours et tout ça et puis à un moment donné, j'ai fait « bon on va poser les choses maintenant, tu vas faire des photos, tu vas te préparer et montrer qu'à un moment tu as été comme ça » donc la photo sur le panneau est issue d'une photo en noir et blanc en fait. »

Cette modalité d'expression de soi participe à valoriser un aspect performatif du genre, grâce à une mise en scène spécifique de l'hexis corporelle. L'expérience de s'habiller, ou de se dévêtir, pour le travail n'est pas anodine tout comme sa perception et permet de légitimer ce travail de façonnage du corps spécifique et nécessaire dans ce contexte professionnel.

Jérémy adopte lui des pratiques corporelles spécifiques qui permettent de redéfinir les contours de l'expression du masculin. Le travail de l'apparence est concomitant à son histoire corporelle et à sa trajectoire scolaire. Celle-ci est assez hétérogène. Enfant il saute une classe puis se trouve en situation de décrochage scolaire lors de son arrivée au lycée. Sa réorientation en voie professionnelle se fait par défaut, vers un CAP frigoriste qu'il ne termine pas. Il intègre alors un CAP Vente puis intègre un bac professionnel. Jérémy se définit comme ayant peu d'appétences scolaires, néanmoins sa formation en commerce le satisfait et il y acquiert des compétences et des savoirs-être, savoirs-paraître propres à cette voie professionnelle (Court & Mennesson, 2015). Traditionnellement les pratiques alimentaires, le contrôle du poids et les régimes sont plutôt associées aux femmes, mais dans ce contexte sportif et professionnel du fitness, elles sont également mobilisées par les hommes surtout pour ceux dont l'appartenance au groupe des hommes passent par la production d'une corporalité esthétisée : les bodybuilders (Jarthon, 2018b) ou les stripteaseurs (Blum, 2013) entre autres. A ce travail du corps et de l'apparence, Jérémy superpose une pratique alimentaire spécifique, la « sèche¹⁴⁰ », il met en avant une domestication du corps sacrificielle.

« C'est vrai que pour la sèche, je me lance vraiment là-dedans, j'ai réussi à convertir quelques gars ici qui, « allez à partir de janvier on te suit, on fait la sèche avec toi » on mange ce que tu manges, on s'entraîne comme tu t'entraînes et on verra. Pour moi, pour moi c'est vraiment esthétique. La recherche de toujours pousser plus loin. Et de tester en même temps. »

Jérémy, gérant de Hall Fitness

Alors qu'il n'est pas investi dans une pratique compétitive, Jérémy illustre sa position par rapport à la « sèche » comme une pratique esthétique, largement répandue dans le fitness, « si, si c'est vraiment un dépassement de soi. Chargé¹⁴¹ ou pas chargé moi je respecterai toujours parce que, les gars, c'est une hygiène de vie derrière, c'est impressionnant quoi, c'est impressionnant. Plus ils prennent de produits, plus ils font attention à ce qu'ils mangent, plus

¹⁴⁰ Il s'agit d'une pratique pré-compétitive dans le milieu culturiste visant à préparer le corps et à rendre visible tous les faisceaux musculaires. C'est une période de privation et de réorganisation alimentaire (apport protéique important, diminution des glucides et protides) visant à optimiser les effets de l'entraînement culturiste. A l'origine réservée aux compétiteurs, elle est très répandue dans l'espace de pratique des musculations, largement diffusées par les réseaux sociaux, la période de « sèche » détournée de sa fonction initiale est devenue une période pré-estivale visant à optimiser son physique dans un but de représentation et/ou de séduction (Blum, 2013).

¹⁴¹ Autrement dit dopé.

ils font des entraînements durs. Donc, non, non c'est très bien, c'est très bien ». De ce point de vue, Jérémy présente un « air de famille » (Connell & Messerschmidt, 2015) avec les modèles de genre internationaux médiatisés rencontrés au Salon Mondial du Body Fitness.

9-3-1-3 Usages professionnels du corps

Le rapport au corps de ces hommes exclut toute mobilisation du corps avec une gestuelle dite féminine. D'une part parce que cela « *n'est pas pour moi* » comme le précise Serge, et d'autre part parce ces professionnels maintiennent une posture d'homme, experts des activités de musculation. Autrement dit, ils se rendent complices et renforcent des modalités masculines d'exercice du métier en procédant à une sexuaction des compétences professionnelles. Pierre précise quant à lui avoir investi l'espace, plutôt féminin, des cours collectifs chorégraphiés¹⁴² de façon contrainte, « *j'ai donné des cours de step, je n'étais pas brillant mais voilà, j'étais, au départ quand je me suis installé, il fallait tout faire donc je n'avais pas les moyens d'embaucher quelqu'un donc je me suis lancé* ». Sans acquérir une gestuelle « féminine » spécifique, Pierre investit une dimension masculine basée sur la répétition de mouvements simples avec une intensité élevée, ce qui augmente la composante énergétique de l'activité et met au jour la dimension de défi sportive de cette activité corporelle.

Tout comme Serge convainc dans sa spécialisation professionnelle dans le domaine de l'expertise technique du suivi individualisé. Sans remettre en question sa virilité et l'appartenance à sa catégorie de sexe, il précise avoir fait « (...) *et aussi iso-stretching, j'ai fait une formation à Rodez avec un kiné ostéopathe qui avait été kiné de Marie-José Percec aux JO d'Atlanta en 1992 et d'un athlète (...) qui avait été recordman du monde pendant 20 minutes au saut à la perche aux JO de je ne sais plus où, je me souviens de ça. Et à Rodez, Bertrand Alonso donc qui faisait une formation qui s'appelle l'iso-stretching* ». La légitimité de cette pratique semble ainsi assurée par la référence au sport professionnel et à la performance, et conforte Serge dans le maintien de sa posture de « professionnel » même, et peut-être davantage encore, lors de ses incursions dans l'espace féminin.

¹⁴² Les cours collectifs en fitness peuvent être de l'ordre du renforcement musculaire (les traditionnels « abdos-fessiers »), d'un mix renforcement musculaire et impact cardio-vasculaire (« *Total Body Conditioning* »), du « stretching », chorégraphiés freestyle (Step, Lia, Hi-low), ou franchisés. Ces derniers sont pré-conçus et scénarisés (payants, ils sont clés-en main avec musique, scénario et pas techniques de danse ou mouvements imposés).

Pour Jérémy et Alain, leur corporéité rend compte d'un usage du corps tel une vitrine, sans se mettre en jeu corporellement dans les activités d'enseignement ou/et d'animation¹⁴³. Jérémy n'est pas un gérant polyvalent, en ce sens il n'intervient pas en tant qu'éducateur sportif. Il occupe ainsi la fonction de gérant de sa salle de fitness. Cependant, il est diplômé et dispose d'une partie du capital spécifique au champ. Détenteur de la mention D du BPAGFF, il n'a pas acquis les techniques propres à l'animation et l'enseignement des cours collectifs, mais uniquement celles liées à l'encadrement et l'enseignement des musculations (sportives, esthétiques). Aussi, dans le sous champ il ne peut valoriser que son capital corporel et son capital économique avec sa position de gérant. Alain occupe la même position, en étant uniquement gérant, l'usage professionnel du corps se réduit à un argument de vente qui tend à être un élément de distinction dans cet espace professionnel du fitness, « *je pense que c'est vendeur. Moi je fais mon affiche (...) Voilà sans aucun doute, je fais la différence* ».

Ainsi, la mise en scène de soi dans le contexte professionnel recouvre ce que Judith Butler (2006) nomme la performativité du genre. Celle-ci n'est pas uniquement subversive et, du côté de ces hommes, elle contribue à renforcer l'appartenance à une catégorie de sexe. La valorisation d'une anatomie genrée et d'une hexis corporelle stéréotypée proche de la masculinité idéalisée est particulièrement significative dans cet espace de pratiques du fitness et des musculations. Elle repose cependant sur la dimension symbolique de l'expression du masculin au travers de la production corporelle. D'autres éléments comme les genderisms viennent donc atténuer cette dimension symbolique. Les modalités concrètes d'interaction montrent ainsi que les enquêtés sont en proie à des négociations, des arrangements avec les caractéristiques de la masculinité hégémonique, ce qui les place ainsi dans un rapport de complicité avec la masculinité.

9-3-2 « Être et rester professionnel » : l'expertise technique hyper rationalisée au service de la masculinité complice

Pour les hommes de manière générale, le travail constitue un trait idéal-typique de la masculinité hégémonique. Pascale Molinier (2013) démontre bien les coûts de la masculinité

¹⁴³ Si ces deux enquêtés disposent (ou sont en cours de validation) du diplôme pour être éducateur sportif, ils ne l'utilisent pas. Ils sont gérants, ne délivrent pas de cours collectifs et n'effectuent pas l'encadrement des clients en musculation. En revanche, ils pratiquent leur entraînement personnel en musculation au sein de leur salle avec leurs clients.

pour les métiers les plus précaires et dévalorisés. Parce que les hommes se définissent d'abord par la possession d'un emploi, ce dernier est important et suscite un engagement important voire excessif. Aussi, l'engagement dans un métier passion participe à une carrière émotionnelle (Hochschild, 2017). Du point de vue de l'expression de la masculinité mêler passion et travail implique un travail des sentiments. Connell (2019) montre ainsi que cette forme de carrière est rendue possible par les hommes en associant passion, donc émotions plutôt associées au « féminin », et expertise technique. En négociant l'hyper rationalisation de leur métier et l'engagement émotionnel, ces enquêtés fragmentent la masculinité hégémonique et reconfigurent des pratiques professionnelles spécifiques « masculines ».

9-3-2-1 Carrière émotionnelle et modalités masculines d'exercice du métier

Hochschild (2017) explore longuement le système émotionnel, c'est-à-dire la combinaison du travail émotionnel, des règles de sentiments et des échanges sociaux dans les interactions. Sa comparaison du travail des hôtesses de l'air et des agents de recouvrements (des hommes) permet de distinguer ce qui socialement et culturellement attendu en matière d'engagement émotionnel et de règles de sentiments pour chaque catégorie de sexe. La mise à distance de l'empathie, le recours à l'autorité pour les hommes et la valorisation de la sympathie et des compétences relationnelles pour les femmes, montrent des règles différentes. De ce point de vue, les enquêtés illustrent cette modalité masculine d'exercice de leur métier qu'ils vivent sous le trait de la passion.

Serge investit un travail émotionnel important puisqu'il est engagé dans un métier de service, il mobilise des règles de sentiments spécifiques aux hommes en mettant à distance un engagement émotionnel dans des échanges sociaux qui pourraient superposer vie privée et vie professionnelle. Hochschild conclut à « un système de contrôle personnel » (p.180) qui participe à standardiser et marchandiser les gestes émotionnels, que l'on retrouve chez Serge pris au piège du rôle (au sens de Goffman, 1973) de « *l'hyper professionnel* » : « *moi je ne mets pas de claques dans le dos, il n'y a pas 5 adhérents en 30 ans ici qui ont franchi le seuil de ma porte privée. Il y en a quelques-uns mais peu, mais il y a un lien particulier, oui* ». Il assure le maintien d'un échange technique et scientifique pour l'amélioration des performances sportives et/ou corporelles dans une perspective de santé dans une relation avec les client·e·s basée sur la fidélité, « *des adhérents, pour la plupart d'entre eux, que j'ai ça fait 28 ans* », et un engagement conséquent gage de qualité, « *c'est une démarche à long terme qui s'ancre profondément dans la fidélisation par rapport à l'échange, par rapport à la dimension*

relationnelle qui pour nous est capitale ». Son métier qu'il vit comme une « *passion* », sur le mode vocationnel (Suaud, 1978, 1996; Fleuriel, 2006), est assez caractéristique d'un ethos du travail qu'il a acquis dans le cadre familial de manière précoce et intense. Ceci met en lumière le travail émotionnel engagé par Serge dans sa relation au travail qui repose à la fois sur un contrôle de la gestion des émotions -assez caractéristiques des classes moyennes (mais qui s'étend à toutes les classes sociales (Hochschild, 2017) et des règles de sentiments spécifiques aux hommes et renforce l'importance d'un travail tout sauf vide d'émotions.

De la même manière, Pierre passe ainsi d'un métier vide d'émotions à un métier passion où l'engagement émotionnel est intense, reposant sur l'expertise technique hyper rationalisée (Connell, 2019). Son entrée dans le métier se fait grâce à l'acquisition du BEES HACUMESE, spécialisé dans « *force athlétique, haltéro, voilà* », pour cet ancien employé d'usine assez impulsif, la reconversion dans les métiers du sport correspond à son ambition de toujours.

« Je ne me voyais pas là-dedans et donc finalement j'y suis resté 9 ans (...) ça s'est mal passé (...) on m'a mis sur le poste où j'étais plus seul mais physiquement beaucoup plus dur et donc là j'ai commencé à penser à ma reconversion et en 1986 (...) les brevets d'État étaient tous récents, ...moi je voulais être prof de sport ».

Pierre, co-gérant polyvalent de Top Forme

Cette « passion » permet donc aux enquêtés de tenir ensemble masculinité et professionnalité dans un métier de raison celui de l'expertise technique hyper rationalisée de l'entraînement physique.

9-3-2-2 La séduction, un peu ...mais la réputation avant tout

Les modèles de genre participent à l'expression de masculinités qui entretient une complicité avec la structure sociale de la domination des hommes sur les femmes. La séduction est un moyen de réaffirmer la puissance sexuelle des hommes dans des rapports sociaux de sexe basés sur l'hétéronormativité. Ici, pour ces enquêtés, la séduction fait « partie du jeu », mais elle est tenue à distance par les enquêtés. Tout d'abord parce que les règles de sentiments peuvent être au cœur des stratégies d'éducation (Hochschild, 2017) et nuancent donc les usages de la séduction par les enquêtés selon leur origine sociale. Mais aussi parce que le travail et/ou la présence du couple sur le lieu de travail empêche une séduction trop marquée. Dans les deux

cas, ces enquêtés s'en distancient volontairement dans une posture qui consiste à « être et rester hyper professionnel ».

Pierre et Serge illustrent une position par rapport à la séduction, sans entretenir un rapport de pouvoir ou une forme d'autorité directe avec les femmes, l'un et l'autre ont une « ligne de conduite ».

Pierre précise en rigolant que « *ça fait partie d'un métier où il y a forcément des sollicitations* » et confirme de fait le fitness comme un espace hyper sexualisé, « *moi je ne suis pas quelqu'un qui va sauter sur tout ce qui bouge et je sais faire la part des choses, je ne vais pas tout mélanger* ». Son discours, malgré sa teneur symbolique dominante laisse transparaître une ligne de conduite opposée. Il évoque « *les sollicitations* » parties prenantes du métier, son professionnalisme et ses valeurs « *moi je suis quelqu'un de parole* ». Il bénéficie des dividendes du patriarcat par le façonnage d'une corporéité virile le positionnant du côté des hommes dominants, sans avoir à tenir une conduite sexuelle qui ne corresponde pas à ses normes et valeurs.

De ses compétences professionnelles, Serge exclut volontiers la séduction hétérosexuelle. Il ne s'autorise pas de jouer avec la séduction auprès de ses clientes dans un rapport commercial d'échange économico-affectif, « *je suis dans le vous, la prise de distance suffisante et la courtoisie nécessaire et surtout ce rapport ultra professionnel. On dit que je le suis trop (...)* », ce qui rejoint cette façon dont il mobilise son capital de genre pour se distinguer sur le marché de la forme et participe à la constitution d'un crédit réputationnel. La séduction est particulièrement éloignée de sa façon d'être, il évoque cela avec pudeur et se dit être « *le professionnel* », cherchant à faire preuve de sérieux, gage d'un travail bien fait. Ceci rejoint l'idée de virilité noble acquise également par la réputation développée par Rasera et Renahy (2013).

« Oh, je n'aime pas trop parler de ça mais non je n'ai pas grand-chose à cacher du tout, c'est juste que je n'aime pas en parler parce que je ne suis pas à l'aise avec ça. J'ai toujours été dans un rapport très distant avec les dames. Je suis toujours passé pour quelqu'un... Le professionnel. »

Serge, co-gérant de Gym Land

Pour autant, il n'exclut pas ce qui se joue dans la plupart des salles de fitness et reconnaît que sa salle n'est pas « *une salle de drague* ». Mais, il justifie sa posture de « professionnel » en

adéquation avec son code de l'honneur. Dans sa façon d'évoquer la séduction, Serge exprime une certaine retenue, en effet les hommes et les femmes seraient éduqués différemment sur le plan émotionnel (Diter, 2015), ce qui expliquerait cette pudeur. Il fait référence à un de ses intervenants « *dragueur invétéré* » et parle de « *personnage* » ayant eu « *des relations affectives* ». Sans s'étendre sur le sujet, il avoue « *ne pas être à l'aise avec ces choses-là* ». Les modalités concrètes d'interaction avec les client.e.s permettent de distinguer des nuances dans les comportements de genre et la mobilisation de cette virilité. Qu'il s'agisse des hommes ou des femmes, la relation que Serge entretient avec ses clients est très « *professionnelle* », distanciée.

D'origine sociale différente, les classes moyennes, Jérémy et Alain mobilisent le registre de la séduction corporelle avec une esthétisation de soi et une stylisation genrée du corps remarquable. Ce point les différencie de Pierre et Serge. Néanmoins, pour ces deux enquêtés, elle fait aussi partie du jeu du point de vue de la séduction marchandisée. Si Jérémy mobilise le registre de la séduction professionnelle c'est au profit de l'entreprise et non pour des relations personnelles. Assurant ainsi « *oui c'est une part du métier. C'est de la vente donc la vente c'est de la séduction* », Jérémy bénéficie du soutien de sa compagne « *c'est le corps en plus (...) mais je sais comment ça marche et voilà comme il disait le fait d'être bien entretenu, le fait d'avoir un corps qui plaît, une gueule qui plaît, ben oui forcément, et après, il a raison d'en jouer mais bon voilà, après, c'est certain que...* » et de la surveillance de celle-ci. La présence du couple privé sur le lieu de travail semble ainsi diminuer la relation de séduction entre les client.es et le professionnel du fitness.

De la même manière, Alain, tout en s'assurant de rendre hyper visibles les éléments de la masculinité, met à distance les stéréotypes de la virilité populaire « *tu peux avoir une Harley sans être ringard, tu peux et battre sans être un connard et je précise que je ne vais pas dans les bars, je ne regarde pas les matchs de foot et je ne fais pas de soirées avec des potes et je préfère mille fois la compagnie d'une femme et parler avec une femme et tu peux être un mec faisant ça* ». Ici aussi la séduction marchandisée n'est pas à superposer à la séduction qui tient lieu de rencontre et de relations privées, mais elle reste ambiguë. Alain précise « *dans tout commerce. Si tu ne donnes pas un peu envie, tu ne peux pas... mais si tu n'es pas agréable, sympathique... Je le vois, quand ma nana vient me voir, ça met une mauvaise ambiance. Quand ma nana est là. Elle n'est pas souvent là mais quand elle est là ça casse un peu l'écosystème* »

la façon dont, malgré tout, la séduction est jouée sur le plan corporel et symbolique de l'expression du masculin.

9-3-2-3 Des genderisms privés contrastants

Ces manières d'être dans la sphère professionnelle se superposent aux genderisms dans la sphère privée. Ils précisent les arrangements nécessaires à l'expression de la masculinité dans la sphère privée. La conjugalité et la paternité nécessitent des négociations avec les femmes et non une domination pure ou l'imposition d'une autorité (Connell, 2019).

En couple privé et professionnel, Serge et Nicole partagent au départ de leur carrière vie conjugale et vie professionnelle, selon une égalité de statut (co-gérants) et une situation d'homogamie culturelle et économique.

« Je rencontre ma compagne de l'époque, donc... Oui, je parle de ça il y a 33-34 ans et puis elle avait les mêmes aspirations. Ah c'était merveilleux ! et donc je connaissais au lycée Nicole qui était dans le même truc et puis voilà. Oui oui, elle avait 16 ans, j'en avais 17. (...) Et ça nous convenait totalement à tous les deux, là, on s'est retrouvé dans notre élément pleinement et puis on a tenu cette salle de gym pendant 6 ans (...) puis donc on a décidé de s'installer ici. »

Serge, co-gérant polyvalent de Gym Land

La proximité du lieu de travail et du lieu de vie du couple assure une perméabilité des deux sphères qui contribue, en partie, à l'érosion du couple privé, « non, ça a été un détonateur et une force (...) c'était une force et ça nous a lié, et c'est ce qui nous a délié aussi (rires). » Aussi, la division du travail parental et d'éducation s'articule à la séparation du couple privé et au maintien de l'activité professionnelle en commun.

« Isabelle quand on a divorcé avait 3 ans et elle avait une nounou 3 demi-journées par semaine et on travaillait en face. Elle était à l'école (...) là-haut donc le soir on allait la chercher et elle venait ici et celui qui allait avec elle, il l'emmenait le soir et il partait plus tôt. Et puis elle a vécu jusqu'à toute son adolescence, elle a fait tous ses devoirs ici, face à moi, elle était avec nous deux tout le temps, voilà, au boulot sauf les weekends (...). Elle était une semaine avec l'un et une semaine

avec l'autre et puis il y a toujours eu, nous, une bonne entente concernant l'orientation de la salle de gym, son fonctionnement, on ne s'est jamais arraché les cheveux l'un l'autre au sujet du fonctionnement et de la direction à donner à l'activité ni au sujet de l'éducation de notre fille. »

Serge, co-gérant polyvalent de Gym Land

Pierre, lui, laisse entendre que son couple n'a pas résisté à sa reconversion dans le fitness et précise que son ex-femme « *était trop possessive* », « *et vraiment c'est quelqu'un qui n'a jamais su faire la part des choses* » « *on s'est séparé, ma fille avait 6 ans* ». Par la suite, il restera en couple dix ans avec sa salariée sans réellement vivre en concubinage, « *et oui après j'ai rencontré quelqu'un. On a fait quelques années ensemble mais c'est fini. Le jour où on a voulu se mettre ensemble ça n'a pas fonctionné* ». Puis il se mettra en couple avec sa compagne actuelle, « *moi j'aime ça, quelqu'un qui a du caractère, qui me soutienne, qui va me tenir tête, qui va me faire comprendre que par A+B ce n'est pas comme ça qu'il faut faire* ». Cet extrait suggère non pas un rapport de domination avec sa compagne actuelle mais une relation basée sur la négociation et la communication à l'intérieur de la sphère privée et participe à l'expression d'une masculinité nuancée, non dominante.

En situation d'hypogamie féminine culturelle, Jérémy participe davantage aux tâches ménagères, sur place (lieu de vie privée et lieu professionnel confondu) il assure l'essentiel des petites tâches domestiques. Aussi, pour ce couple, les rôles sexués sont peu différenciés dans la sphère privée.

L'importance de ces genderisms dans la sphère privée montre des lignes de fracture entre les représentations symboliques des normes de genre très stéréotypées du masculin viril et une négociation des rôles sexués. La complexité des socialisations éclaire donc les façons dont l'expression des masculinités varie selon les contextes professionnels et privés et selon les situations de couple.

9-3-3 Serge, entre vie d'ascèse et adhésion à l'irrationnel

La corporéité genrée de Serge laisse entrevoir des lignes de fracture entre morphologie masculine, dispositions viriles et l'expression d'une masculinité complice nuancée par les différentes étapes de la socialisation continue (Darmon, 2006).

Articulé aux autres espèces de capitaux et aux dispositions acquises lors des différentes modes de socialisation, le capital de genre mobilisé prioritairement par Serge montre le champ des possibles compte tenu de son capital culturel faiblement rémunérateur. Présentant une faible appétence scolaire, même s'il « *avait de bons résultats scolaires* », la longue carrière qu'il possède débute très tôt après le baccalauréat en compagnie de sa collègue, son ex-femme.

Assez peu enclin aux artifices et à la modernité du fitness industrialisé (Andreasson & Johansson, 2018; Charissou, 2019), il se positionne en résistance avec les valeurs d'un fitness de consommation et occupe une position particulière dans l'espace des salles de fitness misant sur la prise en compte de la santé, dans une petite salle de quartier avec un fitness très traditionnel : « *donc quand je vois ces foules moutonnières alignées sur des tapis, sur des vélos, faire tous à 50 le même truc où la superstar sur l'estrade crie dans son micro et se fout de ce qui se passe au fond, sauf le respect que je leur dois et je ne culpabilise pas ce qui font ça parce qu'ils font leur truc avec les éléments dont ils disposent, et bien « mais on va où ? »*. On retrouve l'idée des figures repoussoirs, le rejet de l'uniformisation et de l'autorité évoqué par Connell (2019). Il réfute ainsi la théâtralité du métier, « *l'image c'est beaucoup de jeunes trentenaires bien foutus qui vont bien, ok mais moi, le grand public, ceux à qui je m'adresse, ils s'en foutent de ça. Quand il y a une démo dans un centre commercial avec des gens uniformément super bien calibrés, bien foutus, en uniforme, qui font une perf finalement réelle, les gens applaudissent mais c'est comme s'ils allaient au cirque. Mais ça ne les fait pas s'inscrire dans les salles de gym* ». Il oppose les stéréotypes sur lesquels s'appuient les grandes firmes de fitness franchisées à la réalité « *du grand public* ».

Distant du modèle du businessman ou développeur, Serge s'inscrit dans une démarche « *conservatrice*¹⁴⁴ » conforme à son ethos. Il retire de son passé sportif et de son éducation une expérience pratique et des valeurs morales (Wacquant, 2000) qu'il investit dans son entreprise. Chef d'entreprise, bénéficiant d'un crédit réputationnel très localisé, après 30 ans d'exploitation, ses conditions de vie restent objectivement précaires « *quand vous émargez 1100-1200€ nets par mois, vous êtes content, je veux dire de façon 12 mois sur 12* ». Pour celui dont « *la finalité n'est pas, dès le départ, n'est pas d'accroître la rentabilité pour multiplier les centres ad vitam aeternam. C'est d'être en contact avec un public et de faire ce pourquoi on se sent bien, de rester authentique, sincère et de ne pas passer notre temps à gérer des plannings, à gérer des courbes de chiffres de recettes/dépenses, etc* », le modèle de gestion artisanal¹⁴⁵ mis

¹⁴⁴ Dans ses propos c'est même politique, il évoque la domestication des corps par le sport pour canaliser la violence de la jeunesse et l'idée du contrôle des masses par l'Etat.

¹⁴⁵ Ce point est développé au chapitre 6.

en œuvre avec son ex-femme Nicole, ne lui a pas permis d'acquérir un statut économique et social rentable¹⁴⁶, eu égard à son investissement. Néanmoins, Serge est resté conforme à sa ligne de conduite, son ethos, et un habitus de classe, « *moi je suis issu d'un milieu ouvrier et paysan et c'est peut-être qu'on ait cette force-là intérieure qui nous a permis de garder... Parce qu'on n'a pas fait de hautes études, je veux dire, on n'est pas des intellectuels* ».

Son style de vie quasi exclusivement orienté vers le travail s'exprime par un ethos spécifique assez orienté vers le développement du corps et de l'esprit. A ce titre, l'adhésion à l'irrationalité est particulièrement saillante et montre que les liens entre expertise technique hyper rationalisée et l'adhésion aux forces ésotériques ne sont pas impossibles pour les hommes de la nouvelle classe moyenne (R. Connell et al., 2019). Sans expliquer plus en détail cette perspective, Connell (2019) propose d'explorer ce qui pourrait faire crise entre les formes de masculinités organisées autour de la domination directe et celles organisées autour des connaissances techniques. Il explique « *j'ai toujours été perçu comme quelqu'un d'introverti, solitaire, timide, etc ... Et rêveur, notamment rêveur, je planais..., donc c'est vrai que j'ai été porté par la métaphysique et l'invisible très jeune et pour moi ça me parlait. J'ai toujours cru, mais ça intuitivement, que derrière l'animé, il y avait quelque chose qui animait, quelque chose derrière. Je me disais « oui mais il n'y a rien qui bouge seul, il y a quelque chose qui anime, il y a un monde invisible » J'étais déjà dans cette approche là avec de longs moments solitaires où je méditais sur le sens de la vie, sur toutes ces choses, bien avant d'avoir fait de la philosophie* ». Son positionnement dans le champ éclaire finalement l'expression du masculin viril qui se nuance selon les contextes dans une approche très spécifique de « *développement personnel*¹⁴⁷ » (Frayssé & Parsis-Barubé, 2021).

« (...) je suis parti faire des stages de développement personnel pendant une semaine entière parfois ou en centre de méditation, ne faire que de la méditation 8 heures par jour et j'ai fait aussi, j'étais attiré par les symboles aussi donc j'ai fait deux formations : une qui s'étalait sur deux ans en cours par correspondance sur la numérologie et puis après j'ai fait une formation en psychonumérologie sur deux

¹⁴⁶ Le chapitre 5 traite de manière détaillée les conditions de vie réelle des enquêtés et les possibilités de reclassement social.

¹⁴⁷ A ce sujet, Mélie Frayssé et Odile Parsis-Barubé montrent que ces pratiques sont investies par des pratiquant-e-s qui réfutent tout rapport à la science et à la rationalité pour s'engager dans un scientisme emprunts de philosophies hybrides: celtisme, bouddhisme, indouisme, philosophies amérindiennes etc...Ceci est particulièrement vrai pour les hommes de plus de 40 ans, avec un capital scolaire assez faible et dont le nouveau métier "Chamane, etc..." leur permet d'accéder à une position sociale bien supérieure (surtout du point de vue du capital culturel) à leur métier antérieur: souvent ouvriers ou employés.

années encore (...) J'ai fait donc la kinésiologie, (...) j'ai fait une formation sur deux années aussi, (...) puis j'ai organisé des conférences et puis j'ai fait aussi l'EFT, Emotion Freedom Technique et puis un tas d'autres choses (...).»

Serge, co-gérant polyvalent de Gym Land

À cette adhésion aux techniques de développement personnel se superposent une culture ascétique et un style de vie atypique (Fraysse, Parsis-Barubé, 2021). Serge s'impose une discipline corporelle, « *je dors 6 heures par nuit en moyenne, il m'est arrivé longtemps de dormir 4 heures par nuit, de prendre 2 semaines de vacances par an, de ne pas... Mais moi je suis un peu un cas particulier parce que quand je rentre chez moi, je mange et je me remets là-dedans* », qui renforce cette socialisation professionnelle enveloppante (Suaud, 1996) et le met à l'écart des principales formes de vie sociale et pratiques de loisirs en dehors son entreprise : une « *véritable ascèse* » dit-il.

« Voilà, je suis quelqu'un de solitaire, je suis toujours en recherche et en études, et voilà... Il y a peu de différences entre le discours que je vous tiens là et la façon dont je pourrais m'exprimer sur d'autres sujets, d'autres thèmes en dehors dans la vie privée. Il y a des gens qui me reconnaissent comme quelqu'un d'un seul tenant, d'un bloc un petit peu, voilà. Donc je n'en souffre pas tant que ça et je vais vous dire un truc franchement pour vous faire un aveu, si on n'est pas dans une espèce de passion, on ne fait pas ça comme ça parce que vous ne pouvez pas gagner votre vie eu égard au temps que vous y passez. »

Serge, co-gérant polyvalent de Gym Land

Cette perspective, quelque peu spirituelle, voire ésotérique, en fait un précurseur du mouvement de développement personnel en pleine expansion et l'éloigne d'une virilité populaire exclusivement basée sur la force physique.

Pour conclure, Serge peut donner à voir l'expression d'une masculinité virile par son hexis corporelle et les genderisms qu'il mobilise dans les interactions avec les hommes et les femmes mais sans véritablement adhérer à la définition d'une masculinité dominante et idéalisée. C'est en valorisant un système de pensées et d'actions basé sur des rapports sociaux de sexe essentialisés que Serge participe à la perpétuation et la reconfiguration de la domination des hommes sur les femmes dans l'espace social étudié. Cette forme de complicité met en avant dans le cas de Serge les coûts (tant d'un point de vue personnel que du point de vue de la

trajectoire sociale) d'une masculinité non conforme à la définition dominante. Tenir de front ethos ascétique, virilité, expertise technique et adhésion au mouvement de développement personnel semble particulièrement difficile dans un espace professionnel assez conformiste du point de vue de l'ordre de genre, mais finalement pas impossible compte tenu de la longévité de la carrière de Serge.

9-3-4 Pierre, le transfuge de classe

Le modèle de genre incarné par Pierre et sa stratégie de positionnement se superposent à sa trajectoire sociale de transfuge de classe. Dit autrement, la force de ces dispositions faites corps, la production d'une forme de virilité caractéristique des milieux populaires mêlant travail du corps et valeurs morales (Wacquant, 2000) se retrouvent dans cet ethos « d'artisan du corps ». Il participe à redéfinir ce qu'est la masculinité socialement valorisée sans bénéficier d'un statut social qui lui permettent de concentrer les richesses ou le pouvoir. Ainsi, si Pierre se rapproche d'une forme locale de masculinité hégémonique, il ne l'incarne pas non plus complètement. Les bénéfices qu'il retire de l'expression d'une masculinité complice sont lisibles dans sa trajectoire sociale ascendante. La production d'une corporéité genrée spécifique permet de se positionner du côté du masculin viril qu'il exploite en relation avec son expertise technique, tout en ayant bien conscience que seule cette dernière ne suffit pas à faire vivre son commerce.

Pierre est un des seuls enquêtés à être dirigeant d'une entreprise avec plusieurs salariés. Ce professionnel aujourd'hui chef d'entreprise fait valoir de nouvelles compétences. Il avoue avoir changé de métier puisqu'il gère une structure, ne donne quasiment plus de cours collectif (ou « *quelques bikes* ») et assure « *un peu de suivi en musculation* » en précisant que cet aspect lui « *manque un peu* », « *on me réclame* ». Cette dynamique de carrière rappelle celles illustrées par Connell (2019, pp. 36-37) avec de la part de Pierre un positionnement général à l'égard de l'autorité assez critique (refus d'adhérer à une franchise de salle et la volonté de rester indépendant, refus de l'autorité dans son ancienne carrière d'employé). Engagé dans une stratégie de développement économique il est également contraint par son ethos indépendant. L'entrée dans un fitness industriel, franchisé et plus global (au sens de mondial) entrainerait donc une perte de singularité et une position uniformisée à laquelle Pierre s'oppose. Il souhaite déployer « *le supermarché de la forme* » mais reste attaché à son indépendance et opte pour des compromis : rester une salle indépendante tout en proposant une offre de service de qualité en adéquation avec la demande de la clientèle, « *non, non, non, ça j'ai toujours voulu le rester.*

Avoir cette liberté justement. Après je suis quand même lié, j'ai une franchise de cours avec Les Mills®. (...) Aujourd'hui Les Mills® c'est le numéro 1 mondial et ce sont des cours modernes aujourd'hui très prisés et je veux dire, aujourd'hui je n'aurais pas Les Mills®, je crois que je ne serais plus là ». Même s'il se qualifie de spécialiste dans les activités de musculation, il explique, « *aujourd'hui ce qui fait vivre une salle de fitness c'est quand même le collectif* ». Ce qui précise bien la nécessaire polyvalence ou complémentarité des professionnels, ainsi que l'offre de services proposée au sein des salles de fitness.

Ce fitness contemporain qu'il a su développer, au fil de ses salles successives grâce ses partenariats financiers, illustre la mobilisation notamment de son capital d'autochtonie¹⁴⁸ (Retière, 2003) pour valoriser sa salle de fitness et se placer du côté du fitness industrialisé¹⁴⁹ avec pour ambition de « *démocratiser le fitness* ». Pour celui qui a débuté dans un petit local avec des steps « *fabriqués en bois* », il est devenu co-gérant polyvalent d'une entreprise de 4 salariés, au chiffre d'affaires de 400000€. Sa salle de fitness compte plus de 900 adhérents et se positionne comme une grande salle du département. Il dispose d'un matériel haut de gamme, propose de nombreuses activités avec 4 salles de pratique dans une zone de chalandise éloignée des grandes agglomérations mais très attractive.

« *Transfuge de classe* » (Bourdieu, 2004), son passage de la classe populaire aux classes moyennes intermédiaires (disposant davantage de capital économique que de capital culturel, « *les techniciens* » selon Van Zanten, 2009) se perçoit dans les loisirs, « *aujourd'hui je surfe, je fais du VTT, je fais du vélo de route un peu, du triathlon. Je touche un peu à tout, voilà* » et la stylisation vestimentaire. Pierre travaille son apparence, jean et polo de marque, et développe des qualités de présentation associées à son statut social actuel de chef d'entreprise (Hidri, 2005). Cependant, les apprentissages par corps montrent que l'hexis corporelle représente un marqueur social et sexué particulièrement fort dont il paraît difficile de se défaire, même si des évolutions sont possibles. Il illustre cette socialisation corporelle masculine et populaire spécifique « *moi j'ai besoin de la sueur, de la transpiration, de l'odeur et c'est le partage, se serrer la main, se dire bonjour, voilà* » et donne à voir une certaine authenticité, « *moi je suis quelqu'un de simple* ». En évitant « *de faire usine* », il privilégie au sein de sa salle de fitness la convivialité, « *oui déjà et puis surtout moi ce que je..., ce sont les valeurs du sport, moi je*

¹⁴⁸ A ce sujet, Anne Saouter (2000) met au jour la façon dont la « grande famille du rugby » est une ressource mobilisable et largement mobilisée par les joueurs de rugby lors de l'arrêt de leur carrière de joueur.

¹⁴⁹ Le fitness industrialisé caractérise les franchises de cours présentes dans les salles de fitness. Elles représentent une part plus ou moins importante de l'offre des salles de fitness. Elles sont uniformisées dans leurs formes et contenus, disposent d'une excellente notoriété auprès du grand public et ont un coût important.

suis sportif. C'est transmettre les valeurs du sport, le partage, la convivialité ». Et il se refuse à un type de clientèle spécifique (sous entendue distinctive), « *moi la dernière sortie, les glaces, les miroirs ; se regarder et faire le beau, moi ça ne m'intéresse pas, ce n'est pas mon truc. J'ai eu de cette clientèle à un moment donné quand des salles ont ouvert et ont fermé sur la côte et chez nous on avait une clientèle, je ne me retrouvais pas, je ne me retrouvais pas au milieu de ça* ». Ces aspects traduisent un habitus clivé entre des dispositions sociales faites corps et un nouveau statut social.

Connell (2019) montre que les enquêtés, comme Pierre, monteront les échelons et occuperont à terme une position d'autorité sur les autres travailleur.euse.s sans pour autant adhérer à une organisation stricte¹⁵⁰ du travail, garantie par « une autorité formelle et par un contrôle social serré » (p.36), « *je travaille sur la confiance*¹⁵¹ », « *moi je communique avec mes salariés, trop même. Je ne suis pas assez directif à imposer les choses, je vais toujours laisser le choix. Ça c'est un tort que j'ai, toujours laissé le choix, la facilité, l'organisation, bon si tu ne peux pas, ce n'est pas grave, on fera autrement* ». A mon désavantage en plus ». Ceci le place donc du côté des professionnels, détenant une expertise technique rationnelle, en crise avec un modèle de masculinité hégémonique oppressive (R. Connell et al., 2019).

Très investi dans son entreprise, comme l'ensemble des hommes enquêtés, Pierre dispose d'une longue carrière dans le milieu ainsi que d'une connaissance fine des règles du jeu du sous champ. À la question de savoir s'il ferait les mêmes choix de carrière, Pierre est catégorique c'est non, « *je ne crois pas. C'est trop de sacrifices (...) Non, mais c'est la passion à un moment donné... C'est devenu un calvaire, c'était très compliqué, j'ai beaucoup galéré. Pour moi, je n'ai pas encore réussi. Je commence à atteindre mes objectifs mais voilà, ça a été trop long, beaucoup trop long avec beaucoup d'embuches. Aujourd'hui, gérer une entreprise c'est compliqué, c'est tout le temps emmerdé, encore là, l'inspection du travail. Voilà, en France c'est compliqué pour ça* ». Mais dans le même temps, il ironise et précise que « *salarié, non (rires)* » il ne le serait pas pour autant. Comme pour Serge, l'aspect sacrificiel du travail dans

¹⁵⁰ A ce sujet, il explique « *alors effectivement les Mills @ on est protégé un petit peu par un coffret que soit disant on ne peut pas copier, c'est-à-dire que le coffret appartient à l'entreprise, les salariés sont censés, dès qu'on passe tous les trimestres, me ramener les coffrets ici. Moi je ne vais pas vérifier s'ils ont ramené les coffrets ou pas, je devrais (...)* », sous-entendu il n'exerce pas de contrôle strict sur ses employé.e.s.

¹⁵¹ Pierre rappelle ici ses expériences malheureuses en tant que patron et la façon dont il a formé un de ses salariés qui est parti « *je lui ai arrangé ses horaires de façon à ce qu'il puisse faire les deux et puis bon après je lui ai payé une autre formation derrière et puis bon sachant qu'avec les ambitions qu'il avait, il allait me laisser tomber. Il a pris ses congés et il n'a jamais repris son poste jusqu'à ce qu'il faille que je le licencie. Il a tout fait pour être licencié. Voilà, il est parti, il n'a pas été cool avec moi, moi j'ai joué le jeu, lui par contre il ne l'a pas joué. Tant pis pour moi (...)* »

ce contexte spécifique du fitness représente une épreuve pour le couple privé hétérosexuel, la carrière conjugale et parentale, « *J'ai eu ma fille en plus la première année alors là aussi ça n'a pas été simple puisque je ne l'ai pas vue parce qu'elle a 20 ans, elle va avoir 20 ans au mois d'Août et je ne l'ai pas vu grandir. J'ai enchainé moi sur les travaux, les travaux de la salle, l'ouverture de la salle, avec des heures pas possibles, ouverture à 9h jusqu'à 21h, le temps de faire le ménage derrière. Je faisais tout, le ménage, de l'ouverture jusqu'au ménage. Je rentrais à 22h* ».

Pierre participe ainsi à redéfinir ce qu'est la masculinité socialement valorisée sans bénéficier d'un statut social qui lui permettent de concentrer les richesses¹⁵² ou le pouvoir (rejet d'une forme d'autorité directe avec ses employé·e·s). Les bénéfices qu'il retire de l'expression d'une masculinité complice sont lisibles dans sa trajectoire sociale ascendante. La production d'une corporéité genrée spécifique permet de le positionner du côté du masculin viril qu'il exploite en relation avec son expertise technique, tout en ayant bien conscience que seule cette dernière ne suffit pas à faire vivre son commerce. Les autres espèces de capitaux sont indispensables. Rendre compte de cette complicité qui légitime l'ordre de genre permet également de mesurer les coûts (personnels) et les bénéfices (sociaux, économiques et symboliques) de l'expression d'une telle masculinité.

9-3-5 Jérémy et Alain, deux positionnements atypiques

Comme les autres enquêtés Jérémy et Alain participent à définir les contours collectifs d'une masculinité idéalisée grâce à la production d'une anatomie genrée caractéristique de la définition du masculin viril, dont ils retirent des profits symboliques sur le plan professionnel (avec l'entretien d'un corps considéré comme une vitrine et un argument de vente) et sur le plan personnel (par l'entretien du désir dans une relation hétérosexuelle). Ils expriment une masculinité complice qui participe à la reconfiguration de pratiques corporelles et comportementales sans entretenir des rapports sociaux, avec les femmes, caractérisés par la domination et/ou la subordination, négociant ainsi des formes nuancées de rapport à l'ordre de genre.

¹⁵² Un salaire de 2000-2500 € est une richesse relative eu égard de l'investissement au travail (50-70 heures par semaine, pas de vacances depuis 12 ans) et de la longévité de la carrière (30 ans).

Jérémy exprime une masculinité complice qui participe à la reconfiguration de pratiques corporelles et comportementales. Il emprunte les traits saillants d'une morphologie à la façon des artisans du corps et mobilise des pratiques d'esthétisation de soi comme les « profs de fitness au masculin ». Pour autant, il se positionne de manière incarnée vers le développement d'un fitness hard et traditionnel assez atypique et peu rentable dans cet espace des salles de fitness. Il cible une population masculine en développant des formes de pratiques proches du hard fitness (Crossfit®). Ses investissements en matériel de musculation visent à proposer un large choix de postes de travail et un accueil important de clients en même temps, sans pour autant délaissier les cours collectifs chorégraphiés animés par des intervenantes. Il se plie donc aussi aux exigences de la clientèle (en majorité féminine) que constitue une salle de fitness. La concurrence économique et la viabilité de l'entreprise sur ce marché de la remise en forme impose donc des règles, les règles de jeu du sous champ (Bourdieu, 1991a). Sa stratégie de positionnement économique semble donc à la marge en ce qui concerne l'agrandissement d'un plateau musculation qui ne représente pas la plus grande activité économique de la salle de fitness. La viabilité du projet de Jérémy réside ainsi dans les conditions de gestion de son entreprise (pas de salaires mais privilèges de l'entreprise : téléphone, voiture etc. ; vie sur place et salaire de sa compagne pour les dépenses nécessaires) fortement associées à son histoire corporelle, son ethos et sa pratique sportive (sa passion) partagée avec sa compagne. Sa trajectoire professionnelle ascendante montre un reclassement économique et social, même si les conditions de vie paraissent assez modestes. Fils d'un entrepreneur et disposant d'un goût pour le commerce, Jérémy trouve dans sa vie professionnelle de gérant de salle de fitness un équilibre entre sa passion pour le sport et le développement d'une entreprise. Il vise un développement économique lui permettant d'accroître le chiffre d'affaires et d'acheter ainsi une autre salle, *« non, que la salle tourne toute seule, que les gens soient contents. C'est tout. Oui carrément, moi que je sois content, que je puisse investir comme je veux que moi je m'éclate en fait au final la reconnaissance elle est là »* et fait preuve d'un ethos plus marqué par le libéralisme que les autres enquêtés.

Atténuant, les traits les plus saillants du masculin par un rôle sexué moins stéréotypé dans la sphère privée, il semble que les normes de genre soient travaillées de manière ambivalente par le couple du point de vue symbolique et de la division sexuée du travail domestique. D'une part, les représentations idéales typiques du masculin et du féminin sont à repositionner dans un couple marqué par l'hétérosexualité, et d'autre part, les rôles sexués sont nuancés dans le contexte privé. En effet, avec sa compagne, la pratique en couple de la musculation et un attrait commun pour le body fitness laissent apparaître une adhésion partagée aux normes du genre de

ce sous-régime de genre des musculations. « *Ouais j'adore ça, je ne me déplace pas encore sur les compétitions, mais maintenant que j'ai la salle, que j'aurai un peu plus de temps et tout ça, je me déplacerai je pense même sur les salons, salon du body en mars à Paris, si si j'adore ça. J'adore vraiment ça.* » Leur couple s'accorde sur les stéréotypes du masculin et du féminin très spécifique au hard fitness¹⁵³, « *en bikini c'est beau je trouve ça vraiment très joli esthétiquement* ». Ceci laisse donc à penser qu'en matière de production de normes corporelles genrées, l'aspect symbolique des régimes de genre traversés par les agents participe à cadrer les modes de sexualité et les comportements de genre (Mennesson, 2007).

Encouragé par sa compagne, Jérémy mène son projet d'achat d'une salle de fitness à terme et tous deux s'installent dans la salle de fitness qui dispose d'un logement. Sa compagne trouve rapidement un emploi correspondant à sa qualification professionnelle d'éducatrice spécialisée. La superposition de l'espace de vie privée et de vie professionnelle, renforce le sentiment d'appartenance à l'entreprise pour sa compagne. Sa présence morale, physique et matérielle dans le projet professionnel de Jérémy éclaire aussi sa passion pour la musculation, son rapport au corps et aux normes de genre.

La production de cette anatomie genrée leur permet d'incarner leur stratégie de positionnement dans le sous champ et illustre la complexité des processus de socialisation. Pour ces deux cas atypiques, la socialisation corporelle pèse davantage que l'origine sociale dans la fabrique du genre. Sans être dépourvus d'autres ressources pour autant (Alain bénéficie d'un capital culturel assez élevé¹⁵⁴ et Jérémy¹⁵⁵ plus jeune, dispose d'un capital culturel moyen), ces professionnels choisissent, comme ceux qui sont démunis d'autres ressources. Ils font ainsi du genre une ressource centrale particulièrement investie (Schwartz, 1990; Sauvadet, 2006). Cette perspective laisse penser que la mobilisation du genre tel un capital s'inscrit dans des trajectoires sociales mais aussi sexuées, corporelles et professionnelles.

De ce point de vue, Alain semble être, ce que Mélanie Gourarier (2011) nomme l'« Alpha mâle ». L'autrice explique que, dans la hiérarchie de cette communauté d'hommes, à l'opposé de l'AFC (Average Frustrated Chumb) ou « le type frustré moyen » se trouve l'*Alpha Mâle*, le

¹⁵³ Présentés en partie 1.

¹⁵⁴ Il obtient une maîtrise en gestion des entreprises, banque et finances et une autre en Sciences Politiques. Engagé politiquement très jeune, il traverse des espaces professionnels variés et prestigieux dans le domaine de la finance, des grandes entreprises, ce qui rend compte de capitaux culturels, économiques et sociaux importants.

¹⁵⁵ Jérémy, après une réorientation scolaire (CAP frigoriste et climatisation) intègre un Baccalauréat professionnel Commerce où il acquiert des savoirs-être, savoirs-paraitre et compétences spécifiques.

mâle dominant, « celui qui sait ». Dans la mesure où il a intériorisé complètement l'ethos masculin, il s'impose aux autres par sa seule présence. *L'Alpha Mâle* est situé au-delà du système hiérarchique. Il revendique un éloignement de la Communauté et adopte une attitude de retrait vis-à-vis d'elle. Cette position illustre bien le caractère contradictoire de l'ascension « communautaire » : plus on monte dans la hiérarchie, plus on affiche explicitement son détachement du groupe, pour finir par revendiquer une autonomie totale. Perçue en effet comme celle d'un homme libre de toute influence, la figure de l'*Alpha Mâle* correspond à celle du sage, d'un « grand sensei », garant d'un savoir qu'il se charge de transmettre. De cette façon et parce que l'*Alpha Mâle* rejette toute forme de ressemblance à une autre modèle et par conséquent la domination oppressive ou les rapports hiérarchiques qu'Alain peut être considéré comme tel.

Sa trajectoire sociale est particulièrement atypique, disposant d'un capital culturel très élevé par rapport aux autres enquêtés, son parcours scolaire est beaucoup long, il obtient une maîtrise en gestion des entreprises, banque et finances et une autre en Sciences Politiques, « *alors je faisais des études, je travaillais en même temps, j'ai fait beaucoup de petits métiers d'un peu tous les genres, dans la photo, dans (...) moi je me suis barré à 16 ans, en bons termes, mais je suis quelqu'un qui voulait me démerder jeune donc j'ai fait plein de petits métiers pour connaître la vie, pour être indépendant, pour pouvoir ne pas demander d'argent à mes parents et je me suis retrouvé très jeune à faire plein de choses.* »

Engagé politiquement très jeune, « *j'étais maire-adjoint de la commune de Luglon à 22 ans par exemple* », il traverse des espaces professionnels variés et prestigieux dans le domaine de la finance, des grandes entreprises, ce qui rend compte de capitaux culturels, économiques et sociaux importants, « *je bosse, je me retrouve à diriger une boîte l'âge de 25 ans, qui est devenue le leader mondial de l'accessoire multimédia* ».

Alain, est un donc homme d'affaire « *passionné de sport et des femmes* ». Marié et divorcé deux fois, ayant 3 enfants (23, 19 et 8 ans), il part vivre au Maroc avec sa deuxième femme et sa fille avec « *une volonté de repartir à zéro et de refaire quelque chose, de donner, ma femme aimait le Maroc* ». Il apprécie le Maroc qui est « *un endroit qui me convient parce qu'il n'y a pas de lois, il n'y a pas de règles, tu vois, j'aime bien ce côté wild, je suis motard sans casque, je fais ce que je veux, les gens ne me jugent pas* », mais est obligé de revenir en France suite à sa séparation et vivre de sa passion pour le sport.

Prodige de la finance, disposant d'un capital culturel, économique, et social important (à une certaine période de sa vie), « *j'ai eu gagné dans une période de ma vie 25000 euros par mois et mon meilleur pote c'était Jean-François Copé, je ne sais pas si tu vois et je vis dans une*

voiture pourrie, je suis tatoué des pieds à la tête, en fait j'ai toujours essayé d'avoir une personnalité qui ne soit pas embourbée par ma vie », il a tout perdu. N'ayant que peu de ressources à son arrivée, il fabrique un montage financier hasardeux qui fonctionne, Alain dispose d'une excellente connaissance du monde des affaires et du système bancaire qui lui permet d'ouvrir sa salle à crédit, *« là je sauve ma peau parce qu'à chaque fois je sauve ma peau. Il fallait absolument que j'aie 100-200 clients à l'ouverture parce que ça amène du cash, ça me permettait de financer parce que personne ne sait mais à ce moment-là je n'ai pas les moyens »*. Dans un premier temps, il vend sa Harley, change de voiture et vit dans sa salle. Ambitieux, *« je suis entre je n'ai plus de sous mais je veux faire un truc de fou »*, il arrive plus d'un an après à détenir une salle dont la valeur estimée avoisine les 400000 €. Sa salle offre une diversité de cours notable et un matériel de musculation d'excellente qualité, ce qui lui permet d'obtenir rapidement une notoriété locale et une visibilité, sur la zone de chalandise où se trouve de la concurrence.

Alain, tout en s'assurant de rendre hyper visibles les éléments de la masculinité, met à distance les stéréotypes de la virilité populaire. Disposant d'un style sympathique¹⁵⁶, il se dit *« visible et marketé pour être reconnaissable »*, il cherche à *« passer avec tout le monde »* et se définit comme *« un gentleman »*. Avec sa nouvelle compagne de 20 ans sa cadette, il atteste de cette forme de masculinité qui lie âge et genre de manière très stéréotypée, *« ma nana, elle a l'âge de mon fils (23 ans), vient de sortir d'HEC et Berkeley, 6 fois championne de France de golf, c'était une de mes clientes à la base »* (Alain, 49 ans, gérant de Go Fitness). Le modèle culturel dominant basé sur le jeunisme n'épargne pas les hommes même si certains jouent la carte de la valorisation de la masculinité hégémonique. Telles ces mises en scène cinématographique ou littéraires (Damian-Gaillard, 2011) où le héros souvent beaucoup plus âgé que sa partenaire, en position économique et sociale dominante fonctionne comme un mentor montrant, faisant découvrir *« les choses de la vie »* à une jeune *« oie blanche »* (Knibiehler, 2012). Pour les acteurs de plus de 50 ans, à savoir un héros dont le charisme et le charme n'a d'égal que son personnage, la compagne à l'écran totalise la plupart du temps vingt ou trente ans de moins. Ce cliché à la fois cinématographique et culturel, se joue, parfois, également dans la réalité.

¹⁵⁶ Le *« style sympathique »* décrit ici prend appui sur cette note du carnet d'entretien *« l'entretien se déroule dans une bonne ambiance, nous plaisantons, c'est un séducteur comme il le précise « un amoureux de la femme », en témoignent ses nombreux sourires, le ton de l'entretien, l'humour utilisé, la galanterie (café offert, ouverture de la porte d'entrée, bise etc...). Il se trouve surpris de se livrer autant lors de l'entretien et apprécie les échanges que nous avons (technique visant à se montrer sympathique comme il l'a lui-même décrit dans l'entretien) »*.

Comme il aime à le préciser, « à 49 ans, je fais mon affiche » et peu, à cet âge, « sont gaulés » comme lui. Séducteur, il fait preuve d'humour, et utilise tous les atours de la galanterie et dessine les contours de son positionnement basé sur l'expression d'une masculinité séduisante.

« La séduction ce n'est pas forcément qu'il y a quelque chose derrière, c'est une sympathie et puis je crée une personnalité, je suis mec mec, mais en même temps, jamais je drague, mais j'essaie d'être agréable, supportable, sympathique. »

Alain, gérant de Go Forme

L'expression de cette masculinité caractérise ainsi plusieurs traits saillants de la masculinité sans pour autant véritablement l'incarner. La production d'une corporéité genrée constitue « le fonds de commerce » d'Alain, et la réaffirmation de la puissance sexuelle renforce le sentiment d'appartenance au groupe des hommes. Il entretient avec les femmes une relation de respect « je respecte la femme au plus haut point mais je veux la laisser à sa place ce qui veut dire que la parité, je l'emmerde, on est définitivement différent, La femme a des capacités et puis elles sont très différentes et moi je n'arriverai jamais à faire un bébé donc arrêtons de nous faire chier avec la parité (...) « Moi je paye quand je vais au restaurant, je paye quand je vais au café avec une femme, je me comporte comme un macho pas misogyne, je suis ce qu'on appelle un mec mec et puis je prends ma place, c'est moi qui vais bricoler dans la maison, c'est moi qui vais sortir les poubelles, je peux faire à manger, je peux faire le ménage, tu vois je ne suis pas non plus... ». Posture qui rappelle celle de l'Alpha mâle, le sage qui détiendrait la connaissance et l'expérience, autant du monde des affaires que des femmes, position essentialisée qui tend à renforcer l'ordre de genre. Néanmoins, il se distingue par un positionnement et une trajectoire atypique qui conteste toute forme d'autorité directe et oppressive. Les coûts et bénéfices de l'expression de cette masculinité complice sont ambigus et montre que ce rapport de complicité n'engage pas nécessairement de percevoir les dividendes du patriarcat mais participant à redessiner les contours du masculin dans cet espace social.

9-4 Le masculin sportif : une esthétique distinctive

Si l'ensemble des hommes enquêtés propose un travail de soi, à l'intérieur de ce groupe, des différences apparaissent. Si pour les « artisans du corps », la virilité est du registre de la force, ce second groupe se distingue par le courage, la capacité à se battre et être compétitif. A

ce sujet Daniel Welzer-Lang et Pascale Molinier (Welzer-Lang, 2007, pp. 42-48) précisent le double sens de la virilité, « la virilité revêt un double sens : 1) les attributs sociaux associés aux hommes, et au masculin : la force, le courage, la capacité à se battre, le “droit” à la violence et aux privilèges associés à la domination de celles, et ceux, qui ne sont pas, et ne peuvent pas être, virils : femmes, enfants... 2) la forme érectile et pénétrante de la sexualité masculine ». Comme les données le montrent pour les artisans du corps, l'appartenance sociale n'épuise pas l'intériorisation des normes de genre. Pour ce groupe de professionnels, les dispositions sportives et la trajectoire sociale participent à (re)définir la virilité et plus largement un modèle de genre masculin esthétisé.

Ce groupe d'enquêtés présente donc des modalités de virilités différenciées : d'un côté ceux qui valorisent une virilité « sportive », et d'un autre côté ceux qui construisent une virilité « professionnelle ».

Mais pour l'ensemble du groupe, l'embellissement du corps est au service d'une hexis corporelle esthétisée. Être « prof de fitness au masculin » c'est bien d'abord et surtout être un sportif accompli, un éducateur et également un chef d'entreprise (à l'exception de Nicolas). Dès lors, l'expression de cette masculinité se distingue par son aspect hybride et c'est à ce titre -par son caractère hybride- qu'elle peut participer à renouveler des configurations de pratiques corporelles de la masculinité hégémonique. De ce fait, la trajectoire sociale, les effets de la socialisation professionnelle et l'expérience de la vie commune viennent questionner en sus les rôles sexués. Entre valorisation d'une hexis corporelle virile et masculinisation des pratiques professionnelles, ces enquêtés participent néanmoins à renforcer le principe de domination des hommes sur les femmes.

9-4-1 Valorisation d'une « virilité sportive »

Dans ce groupe, Baptiste, Marc et Bertrand se distinguent par une socialisation sportive particulièrement enveloppante et sexué. Aussi, ils donnent à voir le façonnage d'un corps sportif et valorisent une hexis corporelle stylisée mais définie par le goût du risque et/ou de la compétition. Se mêlent ainsi pratiques d'embellissement du corps et valorisation d'une hexis corporelle virile et sportive.

9-4-1-1 Une socialisation sportive particulièrement intense

Leur morphologie athlétique résulte d'une socialisation sportive intense et d'un ajustement aux injonctions particulières du contexte professionnel. Dans leur cas, la socialisation sportive assure une part importante des processus d'identification à une catégorie de sexe, celle des hommes

Bertrand, Marc (2 frères issus du pôle économique des classes moyennes) et Baptiste (issu de la classe populaire), présentent une hexis corporelle marquée par une socialisation sportive particulièrement englobante et signifiante du point de vue de la masculinité hégémonique. Pour Bertrand et Marc, elle se réalise au sein d'institutions normatives, les sports-études hand-ball et football (Bertrand, 2011; X. Clément & Louveau, 2013). Les dispositions sportives acquises durant la socialisation primaire et secondaire participent au façonnage corporel de ces deux frères. Au gabarit sportif, pour Bertrand et Marc au-delà d'un physique c'est bien la production d'une anatomie genrée qui est en jeu, elle participe à l'expression d'une virilité masculine située socialement. En effet, la socialisation sportive spécifique vécue se superpose à l'acquisition de dispositions « masculines » et viriles largement exacerbées dans les communautés de sports traditionnellement associés à la masculinité hégémonique (Saouter, 2000 ; Clément & Louveau, 2013). De ce point de vue, la socialisation sportive des jeunes enfants est associée aux stratégies éducatives des familles et participe au processus de distinction entre les catégories sociales (Mennesson, Bertrand, Court, 2016). Ce processus s'articule « avec des manières différenciées de faire le genre, les familles situées du côté du pôle économique des classes moyennes adoptant des pratiques éducatives plus genrées que celles du pôle culturel » (Mennesson, 2011). Autrement dit, par la socialisation sportive (entre autres pratiques) des enfants de cette fraction de classe se joue l'acquisition de dispositions genrées et l'intériorisation du goût de l'effort et du dépassement de soi, « *mais on a toujours été des très gros compétiteurs, on fait de la compétition pour tout (...)* » (Bertrand).

Pour Baptiste, c'est la pratique de sports à risques (Penin, 2007; Garcia, 2011; Fraysse, 2013), la course landaise¹⁵⁷ associée à une origine populaire, qui semblent davantage marquer

¹⁵⁷ La course landaise se scinde en deux sous-pratiques avec les écarteurs et les sauteurs. Les premiers doivent effectuer un écart (codifié par une technique spécifique) face à une vache lancée dans leur direction, l'objectif étant de réaliser l'écart au dernier moment de manière à ne pas modifier la trajectoire de course de la vache tout en l'évitant. Les seconds, exécutent des acrobaties (souvent des sauts gymniques : salto avant, saut de l'ange et roulade avant plombée) par-dessus la vache, avec ou sans course d'élan. La prédominance du risque dans ces activités en fait un sport « masculin » par excellence, assez peu féminisée et perpétue un entre-soi masculin où la

par corps une hexis typiquement virile (Rasera & Renahy, 2013a). Les pratiques sportives enfantines sont souvent liées à des pratiques de classe (Mennesson et al., 2019) et insérées dans une culture locale. Dans ce contexte et jusqu'à un âge de jeune adulte, Baptiste participe de manière régulière aux Championnats de France de Course Landaise, associée à une pratique du rugby. Il acquiert ainsi des dispositions sportives hyper sexuées. La virilité faite corps passe par un goût du risque, « *bon, après il y a une grosse décharge d'adrénaline et de plaisir et ça on sait que ça dope un peu, ceux qui sautent en parachute, ceux qui font du saut à l'élastique, des choses comme ça* » de la compétition et partiellement de la violence. Dans le cadre des pratiquants de VTT, Mélie Fraysse (2013) revient sur la construction sociale de la prise de risque dans les pratiques sportives. Outre les possibilités de blessures, c'est bien l'engagement volontaire, la décision de s'exposer au danger qui est associée au courage et, in fine, au masculin. Tout comme les artistes de cirque (Garcia, 2011) sortir victorieux d'une situation risquée permet de prouver son courage et ainsi renforcer symboliquement son appartenance sexuée.

La force des dispositions sportives, lorsqu'elles sont acquises dans un entre-soi (X. Clément & Louveau, 2013), une homo-sociabilité particulièrement marquée, intense et longue, jouent un rôle dans la construction d'une corporéité sportive et virile (Saouter, 2000). La place du sport compétitif occupe ainsi une place centrale dans la socialisation primaire et secondaire de ces enquêtés, elle marque le corps par des dispositions fortes associées au masculin sportif viril et à l'ethos de la compétition, du dépassement de soi et du défi et s'associe à des trajectoires scolaires plutôt courtes. Cet ethos participe ainsi à l'expression du masculin pour des enquêtés au capital culturel hétérogène¹⁵⁸. L'incorporation d'une virilité sportive trouve donc place dans un habitus sportif masculin, un style de vie sportif passionnel et extrêmement compétitif ou risqué.

Cet ethos est renforcé par une trajectoire sportive qui se superpose à la trajectoire scolaire et permet de valoriser cette hexis corporelle spécifique grâce à une activité professionnelle. En effet, ces enquêtés ambitionnent de travailler dans le sport mais présentent des appétences scolaires hétérogènes.

Développant de fortes dispositions sportives, Bertrand poursuit après le baccalauréat (ES) en Staps, jusqu'en Master 1 et obtient en parallèle au cursus universitaire un brevet d'état (activités

domination de l'homme sur l'animal (ou inversement) se manifeste par une forme légitimée de violence, du moins dans cet espace de pratique.

¹⁵⁸ Baptiste a un BEO/CAP en menuiserie, Marc a obtenu le bac et Bertrand est titulaire d'une Maîtrise Staps.

de la natation) qui lui permet de se professionnaliser dans les métiers du sport. Marc, lui intègre une section sportive football durant sa scolarité et présente moins d'appétence pour les études, ce qui est très classique dans la carrière des jeunes footballeurs. Julien Bertrand (2011) illustre la difficulté pour les jeunes garçons de rester performants sur le plan scolaire lorsqu'ils sont investis dans des structures visant la professionnalisation sportive. L'augmentation de la socialisation sportive va de pair avec une diminution des attentes scolaires et l'orientation vers des filières jugées faciles peu poursuivies après le baccalauréat. Marc illustre donc cette socialisation spécifique et s'il met fin à sa carrière de jeune footballeur, la poursuite des études en Staps se solde par un abandon en fin de première année. Se décrivant comme peu scolaire, il associe son expérience universitaire à un manque de savoir « concrets », tout comme Florent et Nicolas. Il préfère choisir une voie professionnalisante pour « *voir si le métier me plait vraiment* », lorsque son frère déjà investi dans un projet de salle de fitness lui propose de devenir son associé. Il entreprend alors de se former au BPJEPS AGFF et intègre un centre de formation durant une année.

9-4-1-2 Une stylisation genrée du corps au service de cette virilité

Cette corporéité masculine sportive n'est pas incompatible avec les pratiques d'esthétisation de soi, bien au contraire ces dernières participent à renforcer l'appartenance à une catégorie de sexe, celle des hommes. Les pratiques d'embellissement de soi sont caractérisées ici par la stylisation vestimentaire, les pratiques dépilatoires et/ou la mise en valeur de la pilosité, les tatouages et les pratiques alimentaires. Pour ces professionnels, la production d'une anatomie genrée participe à réaffirmer une masculinité esthétisée certes mais virile. Il ne s'agit pas, à l'instar des danseurs contemporains de féminisation corporelle favorisée par la socialisation professionnelle dans le monde de la danse (Sorignet, 2004a) ou de « féminisation » de leurs dispositions pour les danseurs en hip hop (Faure & Garcia, 2005), mais bien de jouer avec la plasticité corporelle et d'en faire valoir l'attractivité.

Pour ce groupe, le style vestimentaire ne procède pas à une invisibilisation des corps ou des différences sexuées, bien au contraire, il participe à explorer la représentation et le façonnage de soi. Considérée comme relevant du « féminin » la stylisation corporelle et vestimentaire ne concerne pas uniquement les femmes ou les professions de prestige. Les enjeux vestimentaires sont présents dans toutes les catégories socio-professionnelles (Barrau, 2017), selon les contextes (professionnels, scolaires, sportifs, sociaux), les âges et le sexe, ils donnent à voir des stratégies différenciées.

Pour Bertrand et Marc (enfants de commerçants spécialisés dans les articles de sport), la stylisation vestimentaire relève de la « sobriété » et de la reconnaissance en tant que « *professionnel* » du sport. La stylisation vestimentaire occupe une part importante du style corporel « *c'est un style, (...) Ça fait partie du truc, le style...* » (Bertrand).

Précisant que « *nous on l'est de par notre travail* » il semble justifier ce qui souvent encore continue d'être régi par des logiques de genre (Rennes et al., 2019) et reflète des rapports de pouvoir. Le vêtement sportif participe à confirmer leur position dans l'espace social des professionnels du sport d'abord, du fitness ensuite, « *Oui, c'est primordial. On est au contact du public. S'il voit quelqu'un qui... encore une fois c'est comme de montrer qu'on fait du sport, voilà. Si on est habillé en jeans avec des chaussures de ville et qu'on donne des cours, on n'est pas crédible, si on n'est pas un minimum affuté, on n'est pas crédible, ça fait partie du job* ». « Être sportif » passe donc par une tenue adaptée et spécifique à l'activité, le « style » fait partie du métier et permet d'être reconnu en tant que professionnel.

Bertrand et Marc, enfants de commerçants spécialisés dans les vêtements de sport, sont attachés aux « *marques de sport* », et non pas à l'identité d'un club sportif préférentiel¹⁵⁹ (Court & Mennesson, 2015). La stylisation corporelle valorisée est celle du « *professionnel du sport* », avec le goût « *du style* ». Si classiquement le port de la casquette est associé à un modèle de masculinité associé soit à la culture de rue, soit à une culture populaire du foot ou du rugby chez les jeunes garçons, pour ces enquêtés elle semble davantage associée à la masculinité sportive. A ce sujet, les travaux effectués sur les pratiques vestimentaires des enfants (Court & Mennesson, 2015) renvoient à plusieurs clivages entre la culture de rue, associée à une origine sociale populaire urbaine stigmatisée, et la culture des classes moyennes dont une part affiche une adhésion aux normes masculines et viriles associées au sport et l'autre part, s'en distingue par une aversion caractérisée. Les familles à l'intérieur d'une même classe sociale se différencient selon la fraction de classe et le rapport à la culture légitime. Ainsi, les garçons expriment dans et sur les corps les normes de genre associés à une classe de sexe, une classe sociale (Godart, 2010) et une classe d'âge.

Au même titre, le port de la barbe est une manifestation genrée, associée à une classe d'âge (la trentaine), et qui constitue un indicateur de virilité symbolique associée à la masculinité sociale et sexuelle (Le Gall & Le Van, 2011). La barbe est un symbole de la jeunesse, elle a un côté

¹⁵⁹ Si classiquement le port de la casquette est associé à un modèle de masculinité associé soit à la culture de rue, soit à une culture populaire du football ou du rugby chez les jeunes garçons (Court & Mennesson, 2015), pour ces enquêtés elle semble davantage associée à la masculinité sportive par excellence.

performeur, celle d'un jeune adulte qui entre dans la vie sur le « mode start-up » (Bromberger, 2015).

Le travail de l'apparence est assez caractéristique de ce groupe, il s'agit d'un élément essentiel qui supplée une morphologie qui pourrait être perçue comme moins « rentable » dans le sous champ, « *1m70, 65kg, pour vendre un abonnement à un garçon, c'est toujours plus facile quand on est un peu plus musclé. Tu inspires une certaine confiance.* » (Baptiste).

9-4-2 Le façonnage d'une « virilité professionnelle »

Dans ce groupe, il ne s'agit pas de valoriser le volume musculaire mais bien de donner à voir un corps de sportif, fin, sec, musclé dont les qualités de minceur, de tonicité et d'endurance recherchées correspondent plutôt aux hommes des classes favorisées (Corbin et al., 2011). Dans ce groupe, Benoît, Florent et Nicolas se caractérisent davantage par les effets du mode de socialisation professionnelle que par une socialisation sportive très spécifique. L'esthétisation de soi est construite par les dispositions professionnelles et participe à façonner une virilité professionnelle.

9-4-2-1 Un corps de sportif

Moins volumineux que les artisans du corps, mais à la musculature travaillée, Florent, Benoît et Nicolas valorisent une hexis corporelle qui s'oppose à la valorisation de la masse musculaire, à cette représentation idéale-typique de « masculinité », « *je vais pas devenir musclor demain quoi, mais c'est de l'entretien* » (Benoît). Ils opposent une certaine forme de résistance à cette norme corporelle de la « masculinité », et font appel à d'autres ressources, notamment le charisme¹⁶⁰ pour légitimer leur professionnalisme qui passe par le corps.

« Moi justement, je n'aime pas ce stéréotype. Non, il existe mais pour moi parfois il est négatif parce que pour faire un bon cours on n'a pas besoin forcément d'être bien foutu, d'être mince ou d'être gros mais moi je l'ai vu à ForméO (...) moi je suis persuadé que tout le monde peut faire du fitness, peu importe son physique. A

¹⁶⁰ Pour un point complet sur le charisme, voir le chapitre 8.

partir du moment où on dégage une bonne énergie et on reste positif, qu'on a une bonne pédagogie, après les gens ne font plus attention. »

Florent, Co-gérant polyvalent de Chloro'fil.

De manière assez conforme à leur appartenance sociale, ces enquêtés ont une pratique sportive classique. Florent et Nicolas (issus de la classe populaire) pratiquent le football (pour le premier), le rugby (pour le second). Benoît (issu du pôle économique des classes moyennes) investi le judo (à très bon niveau) et la natation. La possibilité de transformer un capital corporel (Bromberger, 2015) en ressources économiques est donc une porte de sortie honorable pour ces enquêtés qui disposent d'un faible capital culturel¹⁶¹ ou peu pourvoyeur d'emploi.

9-4-2-2 La dimension professionnelle de la stylisation genrée du corps

En matière de pratiques corporelles, les dispositions acquises peuvent évoluer sous les effets de la socialisation professionnelle. D'origines variées, les classes populaires pour Nicolas et Florent, le pôle économique des classes moyennes pour Benoît, ces hommes mettent en avant le registre de l'apparence valorisé sur le marché du travail (Hidri, 2005, Boni-Le Goff, 2013). Florent, Benoît et Nicolas mettent en avant des choix structurés selon leur mode de socialisation professionnelle.

Si la socialisation sportive participe à produire une anatomie genrée spécifique, l'ajustement aux injonctions du contexte professionnel est également saillant dans la relation servicielle, « *les gens voulaient que les profs soient quand même bien* » (Florent). Le discours autour du manque de conformité aux normes corporelles est présent, dans les faits « *c'est de l'entretien* » (Benoît), ce qui traduit une surveillance et un contrôle de soi.

Le passage par des formations qualifiantes et spécifiques dans les franchises internationales de fitness industrialisées (Les Mills®, Zumba®) renforce des normes vestimentaires particulièrement symboliques¹⁶², « *en Bodypump®, (...) je vais représenter la force* » (Florent).

¹⁶¹ Benoît à l'équivalent du bac, Florent et Nicolas ont le bac et ont abandonné les études universitaires lors de leur première année en Staps.

¹⁶² Particulièrement enveloppante cette forme de socialisation très spécifique participe à accroître le sentiment d'appartenance à une communauté (Charissou, 2019), la grande famille Les Mills®, dont la stylisation genrée du corps est particulièrement reconnaissable par le style vestimentaire, le façonnage d'un gabarit conforme à celui de l'athlète, le marquage des corps par les tatouages et les pratiques dépilatoires. L'utilisation symbolique des couleurs en lien avec les qualités physiques et l'atmosphère du cours (le rouge pour la force, le jaune pour le côté ludique, le blanc symbole de pureté pour l'ambiance zen et les pratiques douces) montre les stratégies mises en place lors de ces formations.



Photo n°19, Nicolas, salarié d'Oxygène

Les qualités physiques dont on recherche le développement dans le cours sont largement mises en scène dans ce type de cours standardisés fitness¹⁶³. Par exemple, lors des cours de Body Combat, l'utilisation d'une tenue « boxe » (short de boxe, brassière pour les femmes et tee-shirt sans manche pour les hommes, mitaines ou bandes) contribue à cette mise en scène d'un cours orchestré autour de mouvements de boxe mis en rythme. La scénarisation du cours repose sur l'accessoirisation de la tenue vestimentaire, le vocabulaire employé et la mise en scène des mouvements¹⁶⁴.

« Eh bien ça dépend du cours. En fait, je m'inspire de l'identité du cours. En bodypump®, je vais mettre l'esprit force, je vais m'habiller en rouge et noir, je vais mettre la musique un peu plus forte, je vais mettre des basses, je vais me tenir droit, je vais représenter la force. Quand je vais faire un bodycombat®, je m'habille plutôt en vert, noir, et je vais plus être plus là dans le combat. Quand je fais un bodyattack®, je vais être plus en jaune, en bleu, coloré et là je vais m'amuser. Je

¹⁶³ Notamment par le développement de certification des cours Les Mills® (Charissou, 2019). Dans les formations de la firme internationale, les formateurs prêchent pour une standardisation des corps, des tenues, du vocabulaire à utiliser laissant peu de place à une individualisation de l'enseignement et de l'animation par les professionnels du fitness.

¹⁶⁴ La logique de l'activité ne sera jamais réellement convoquée : aucun moment du cours ne sera dédié à l'opposition entre deux pratiquant-e-s, ou la mise en pratique du système attaque/défense et réversibilité des rôles caractéristique des sports de combats, de même que l'apprentissage d'enchaînements techniques dans une stratégie technico-tactique. La seule mise en scène de l'activité avec des mouvements empruntés au monde de la boxe et le style « boxe » ne suffit pas pour exprimer la logique interne de l'activité. Ainsi, lorsque « l'essence du cours » est évoquée par les enquêtés, il s'agit finalement des représentations communes de l'activité dans l'imaginaire collectif.

vais jouer, je vais danser. Même moi je me surprends à danser alors que les gens en face de moi (...). En bodybalance® par contre je vais être plus zen, je vais avoir une voix très posée, je vais m'habiller en blanc et je mets de l'encens et des bougies. Ça, je pense que c'est important pour dégager une image du cours avec des couleurs mais je pense que c'est important d'être bien habillé quand même. »
Florent, co-gérant polyvalent Chloro'Fil.

La gestion de la pilosité, qu'il s'agisse de la barbe ou des techniques dépilatoires, se différencie néanmoins selon les enquêtés sous les effets de la socialisation professionnelle. Benoît, Nicolas et Florent, par exemple, n'ont pas de barbe et se rasent les jambes, pour eux « être propre » est un critère incontournable.

« Je trouve que c'est important d'avoir une image, enfin d'être propre, d'être bien habillé, correctement, pas forcément bien coiffé et bien rasé mais être présentable. Ça donne une image d'un cours aussi carré, structuré. »
Florent, co-gérant polyvalent de Chloro'Fil.

Le fait de « faire propre » est associé à une présentation de soi qui se veut acceptable dans une activité professionnelle où le corps est garant de la compétence professionnelle. Cet aspect vient renforcer l'idée de fabrication d'un corps « classe », en opposition à « faire sale », c'est-à-dire négligé, qui est associé aux plus défavorisés compte tenu des conditions d'existence et des moyens dédiés aux pratiques d'hygiène élémentaires (Menesson et al., 2014). Le port de la barbe est assimilé parfois à une marque de négligence : « Oh, après le rasage, chaque avis... Moi j'ai ma femme me dit : « Benoît fais attention à ton apparence, c'est très important ». Y aurait qu'elle il faudrait que je sois rasé tous les jours. Après aujourd'hui je sais pas, après pas non plus pas la barbe mal fournie, qui fait sale quoi. Après, voilà, moi j'essaye d'y faire attention (...) l'apparence oui, être propre sur soi. » (Benoît co-gérant polyvalent de Chloro'Fil).

Les différents contextes familiaux, sportifs, scolaires, universitaires, professionnels concourent à renforcer, atténuer, transformer et/ou acquérir des dispositions variées et parfois contradictoires pour un même individu, ce qui illustre toute la complexité des modes de

socialisation. Pour ces chefs d'entreprise¹⁶⁵ (Benoît et Florent), dont la trajectoire scolaire ne les prédestinait pas à occuper cette fonction, la stylisation genrée du corps révèle l'importance « *d'être crédible* » à la fois comme chef d'entreprise, comme professionnel du sport et en tant qu'homme. Ces aspects rendent compte des manières différenciées de faire le genre selon le positionnement dans l'espace social ¹⁶⁶ (Mennesson, 2011).



Photo n°20, Benoît et Florent, co-gérants polyvalents de Chloro'Fil

9-4-2-3 Être prof de fitness « au masculin »

Si l'esthétisation de soi et la possibilité d'investir un espace de pratiques largement associé au « féminin » les différencient des artisans du corps, cela ne se traduit cependant pas par une féminisation de soi. A ce titre, la stylisation de la barbe, de la tenue « *aux couleurs accordées* », la surveillance du poids et le dévoilement de certaines parties du corps, structurent ce travail de soi et caractérise un modèle de genre masculin qui mobilise une certaine forme d'esthétisme au service de la virilité sportive ou professionnelle. Ainsi, les effets de la socialisation professionnelle incorporés participent chez ces enquêtés à structurer un véritable capital de genre agissant comme une ressource commercialisable. Les modes de socialisation

¹⁶⁵ Nicolas n'est pas chef d'entreprise mais le salarié de Delphine (gérante polyvalente d'Oxygène). A ce titre, il représente « plus qu'un simple salarié » pour Delphine mais également pour les client·e·s.

¹⁶⁶ Les familles situées du côté du pôle économique des classes moyennes adoptant des pratiques éducatives plus genrées que celles du pôle culturel (Mennesson, 2011)

professionnelle tout comme les dispositions sociales et les contraintes économiques participent à la compréhension de ces usages spécifiques du corps dans le contexte professionnel

9-4-2-4 Masculinisation des pratiques professionnelles

Les usages du corps pour ces professionnels se différencient des artisans du corps, en effet, dans le cadre professionnel, les contraintes sont telles (travail en couple d'hommes) qu'il est parfois nécessaire d'assurer des cours collectifs chorégraphiés (Step, LIA, Zumba®, Sh'bam®) et d'investir un espace de pratiques majoritairement associé aux femmes. Si Baptiste, Nicolas, Marc et Florent se réservent la possibilité de le faire, Benoît et Bertrand tendent à exclure cette mobilisation spécifique du registre corporel. Et ceux qui investissent ces pratiques maintiennent une gestuelle proche du rapport au corps des hommes et procèdent ainsi à une masculinisation de leur façon de faire (Davis, 1990), « *enfin moi je parle pour mon cas, si Delphine n'est pas là et que je dois faire le sh'bam, bon je suis moins à l'aise que si je suis sur un vélo* » (Nicolas).

La négociation à l'intérieur du couple professionnel engage donc une répartition des pratiques professionnelles selon une complémentarité de genre pour les couples composés exclusivement d'hommes. Alors que traditionnellement les hommes disposant d'un capital culturel élevé sont plus enclins à mettre à distance les normes de genre, Bertrand incarne le « technicien », spécialiste des techniques d'entraînement et de préparation physique. L'association avec son frère relève d'une complémentarité de genre nécessaire à la survie économique de la petite entreprise de sport, « *et mon frère fait tout ce qui est vraiment... Voilà, tout ce qui est chorégraphié, tout ce qui est morpho cinétique on va dire, et surtout tout ce qui est vraiment spécifique aux métiers de la forme. Ouais, c'est lui qui fait la Zumba®* ». Bertrand se distingue par des comportements de genre masculins dans le contexte professionnel dont il laisse entrevoir des modalités concrètes d'interaction basée sur la séduction hétérosexuelle, « *suivant la personne... on va lui répondre différemment, Si c'est une jolie dame on va lui dire... (Je suis prof de fitness)* ». De manière complémentaire, Marc intervient en cours collectifs et pour des cours chorégraphiés sans avoir à justifier d'une mobilisation des qualités masculines, jouant également avec la séduction, le charisme et une stylisation genrée du corps, typiquement masculine. Ainsi, investir un espace féminin dans le contexte professionnel ne lui pose pas de problème majeur quant à son identité de genre, en accord avec ses normes et valeurs, son ethos compétitif et sportif. Marc justifie sa posture d'homme viril et précise « *déjà il y a nécessité*

dans la salle. Je pense que c'est ultra important dans une salle de sport d'avoir des cours artistiques sinon il n'y a pas de cours parce qu'il ne faut pas se leurrer, un cours collectif encore est majoritairement féminin, c'est-à-dire que si on ne bouge pas une clientèle féminine, on ne fait pas de chiffre d'affaires, il ne faut pas se leurrer. Si on fait la même chose sans les cours collectifs, on a 4 fois moins de clientèle donc bon, par nécessité et ensuite de par, je pense, les capacités tout simplement, je pense être plus capable que mon frère à le faire », « je m'éclate, j'adore ça (...). La virilité n'est pas remise en question comme cela pourrait être le cas sur la base de stéréotypes sexués et à propos de sexualités jugées déviantes¹⁶⁷ par rapport aux normes hétérosexuelles. Il emprunte d'autres caractéristiques de la masculinité hégémonique dont l'humour sans tomber dans le côté grivois ou scatologique comme c'est le cas des professionnels issus d'autres milieux sociaux (Zolesio, 2009a), « moi, ça va être plus basé sur l'humour, se détendre, s'évader voilà. Moi j'ai plus de qualités là-dessus par exemple ». Le recours à des arguments techniques pour justifier de la « difficulté » de cette partie du métier est un élément classique pour rendre légitime la partie « artistique », « honnêtement c'est plus compliqué (...) Oui parce que moi j'ai pas fait danse, et j'ai les capacités, tout le monde me le dit, même si ça se voit pas. C'est compliqué parce qu'il faut élaborer des cours, on a moins de marge de manœuvre on va dire qu'en renforcement. En renforcement c'est pas grave si on n'est pas... Si on n'est pas sur le temps. L'artistique c'est un peu plus compliqué là-dessus, c'est un peu plus compliqué mais après ça me dérange pas, non. ». Cette justification atypique prend le contre-pied des autres enquêtés qui décrivent les cours collectifs comme moins « sérieux » et plus ludiques qu'un suivi en musculation davantage axé sur la précision de la performance. C'est au travers des modalités concrètes d'interaction que Marc fait varier ses genderisms, c'est-à-dire en s'appuyant sur des modalités de pratique corporelle socialement pensées comme « féminines » ou « masculines » en fonction de son public.

Florent et Benoît montrent aussi des usages professionnels du corps distincts. Alors que Benoît est formé de manière rudimentaire aux techniques des cours chorégraphiés¹⁶⁸ et se réserve les cours collectifs proches du rapport au corps des hommes mobilisant les qualités de puissance, résistance et force, Florent montre une certaine appétence pour le fitness chorégraphié « *au début ça me plaisait beaucoup et je faisais des conventions avec des personnes qui sont*

¹⁶⁷ Voir chapitre 6.

¹⁶⁸ Voir chapitre 4.

connues, Morgan Moreau¹⁶⁹ et eux sont super forts en danse et il y a beaucoup de filles qui voudraient leur ressembler. En plus, il vient du rugby, à la base c'est un rugbyman, moi j'ai discuté avec lui, il s'est mis à la danse... ».

En choisissant de surinvestir les qualités physiques « masculines » (puissance, intensité, force) dans une gestuelle et un rapport au corps « masculin » (sans pour autant développer outre mesure leur musculature), ils revendiquent les dimensions masculines du métier. La référence à la compétence technique professionnelle permet d'investir une pratique professionnelle plutôt associée aux femmes, « *après les cours LIA et step, c'est pareil, tant qu'on en a fait en formation, qu'on est formé, il n'y a pas de raison* » (Nicolas) même s'il dit être « *moins à l'aise* ». Dans le cadre de l'enquête, ces « profs de fitness au masculin » s'assurent de leur domination physique sur les femmes. Il est fréquent que les enquêtés procèdent alors à une masculinisation de leur façon de faire (Denave & Renard, 2015), « *après il y a un certain plaisir aussi à s'affirmer en tant qu'homme et à dire « bon et bien voilà on va faire un cours bien difficile », tu vois ? (rires)* » (Baptiste). La présence (même réduite) d'hommes dans des pratiques dites féminines participe à complexifier les pratiques, par exemple les hommes cheerleaders construisent une image masculine de leur activité en valorisant les acrobaties, portés et le travail de force (Davis, 1990). Cette sexuation (Flament, 1988) se retrouve dans le monde du travail en général (Denave & Renard, 2015), et rappelle que cette appropriation renvoie à des manières « masculines » et « féminines » d'exercer leur métier (Mennesson, 2007). En revendiquant les dimensions masculines du métier, les hommes évoluant dans des métiers de service ou le milieu hospitalier (Angeloff & Arborio, 2002), les hommes sages-femmes (Charrier, 2013), les infirmiers états-uniens (Snyder & Green, 2008) se désengagent des pratiques et tâches les plus féminines de leur fonction. Les enquêtés, lorsqu'ils investissent les cours collectifs, ne construisent pas des dispositions « féminines » mais renforcent leur conformisme sexué en définissant des modalités masculines d'exercice du métier.

« (...) j'aime le bodyattack®, après j'aime bien les trucs qui bougent (rires) mais ouais Pump® et RPM® surtout. Mais après c'est vrai que (hésitation) moi ce que

¹⁶⁹ Voir chapitre 2.

j'aime en général, c'est le challenge, donc dans le Pump® et dans le RPM® c'est ce que tu retrouves quand même (...) ouais la résistance voilà. »

Nicolas, salarié d'Oxygène

Les extraits d'entretien mettent en évidence les termes de puissance, d'intensité, de force qui s'opposent au registre ludique de l'animatrice¹⁷⁰ (« *animation* », « *se connecter* », « *donner du plaisir* »). Cette façon de faire le genre, autrement dit cette masculinité sportive esthétisée est la plus représentée (6 sur 13) et traduit un positionnement largement répandu dans le sous champ.

9-4-2-5 « La séduction, ça fait partie du jeu »

Donnant à voir des masculinités hybrides, ces enquêtés aux corps sportifs, mobilisent une hexis corporelle marquée par l'esthétisation de soi. Au-delà de la production d'une anatomie genrée, le contexte professionnel constitue une socialisation spécifique qui agit sur l'ensemble des dispositions. Misant sur la séduction commerciale, ces professionnels du fitness s'inscrivent dans des stratégies de positionnement économique étroitement liées à leur socialisation corporelle.

La valorisation de cette masculinité esthétisée passe pour tous par un dévoilement partiel des corps, notamment des bras (biceps) et des jambes, associé à des vêtements proches du corps, « *voilà quelque chose qui est un peu proche du corps, on voit un peu nos formes aussi un peu. Pas le short.... Voilà, qu'on voit un peu le haut des cuisses. On fait pas de cours en survêtement. Oui, oui, toujours les bras que ce soit apparent, les cuisses que ce soit apparent, assez proche du corps* » (Benoît). Traditionnellement associé à l'injonction « d'être féminine » au travail (Boni-Le Goff, 2019; Matonti, 2019), le dévoilement partiel de certaines parties du corps apparaît comme une manière de prouver son appartenance de sexe.

La séduction est une véritable compétence professionnelle, le travail des sentiments (Hochschild, 2017) est un comportement de genre spécifique qui les placent du côté des masculinités complices. D'une part, elle permet de renforcer le sentiment d'appartenance à leur catégorie de sexe et dans le même temps elle participe à constituer le genre. D'autre part, ces genderisms, s'ils permettent de percevoir les dividendes du patriarcat du point de vue symbolique dans des relations hétéronormées, nuancent l'expression d'une masculinité dominante et oppressive. En effet, cette séduction marchandisée repose sur un travail des

¹⁷⁰ Voir chapitre 6.

sentiments et des règles émotionnelles traditionnellement associées aux femmes. Ce comportement de genre semble ainsi se construire tout au long de la carrière et varie selon la situation de couple des enquêtés et l'origine sociale. C'est-à-dire que les enquêtés qui partagent vie privée et vie professionnelle avec leur conjointe, sur le même lieu de travail, mobilisent moins le registre de la séduction que ceux qui travaillent indépendamment de leur conjointe.

Ainsi Nicolas et Baptiste, s'ils mobilisent leur capital de genre de manière préférentielle, mettent à distance la compétence professionnelle de la séduction. A l'instar de Pierre et Serge, avec qui ils partagent la même origine sociale et le travail en couple privé et professionnel (partiellement pour Pierre), ils montrent davantage de pudeur et de retenue que les autres enquêtés de ce groupe. De ce point de vue, le couple privé et professionnel sur le même lieu de travail limite également cette stratégie de séduction relationnelle. Le travail en couple participe ainsi à déssexualiser le corps des « profs de fitness » enquêtés, et la présence du couple sur le lieu de travail ne permet pas de jouer de la même manière avec la séduction. Aussi, Baptiste se positionne de la même façon que Nicolas, « *moi non jamais pour un garçon il vaut mieux que ça reste professionnel les liens avec les filles* » (Baptiste). Sa posture de « *professionnel* » rappelle cette virilité qui met en avant le code de l'honneur. La distance émotionnelle dans les couples (officiels et/ou officieux) « repose sur la structure des relations de genre, les processus de socialisation et les cadres sociaux dans lesquels sont produits les sentiments et les émotions (Halbwachs, 2014)¹⁷¹ » (Garcia, 2021). Dans cette perspective et comme le montre également Hochschild (2017), le système émotionnel se construit différemment selon la classe sociale et la classe de sexe. Selon les professions occupées par les parents dans les familles (travail émotionnel ou pas) les façons de traiter les sentiments varient dans les stratégies éducatives (Hochschild, 2017, p.179). De plus, les femmes et les hommes seraient éduqués différemment sur le plan émotionnel¹⁷² (Diter, 2015). Être sympathique pour les femmes et agressif envers ceux qui transgressent les règles pour les hommes deviennent ainsi des compétences valorisées sur le marché de l'emploi (Hochschild, 2017, p.183). Être « *professionnel* » revient ainsi à exclure tout engagement dans un travail émotionnel avec les client·e·s, et/ou à être minoré « *non c'est plus les gens qui viennent te dire « elle te trouve mignon, machin... », c'est des choses qui tournent* » (Nicolas). Le travail en couple privé et professionnel au sein de l'entreprise en

¹⁷¹ L'article cité est en espagnol, il s'agit donc d'une traduction réalisée par mes soins.

¹⁷² Kévin Diter montre que l'apprentissage de l'ordre du genre passe aussi par une éducation sentimentale qui diffère les sexes et les classes sociales.

commun et l'origine sociale populaire des enquêtés limitent ainsi les modalités concrètes d'interactions avec les client·e·s basées sur la séduction.

Pour ceux qui travaillent en couple professionnel d'hommes, la séduction est une compétence professionnelle. Elle se fait par corps avec la stratégie de dévoilement des attributs masculins associés à la virilité (façonnage d'un corps sportif, musclé, fin, endurant). La posture d'homme suffit à inscrire « dans » et « sur » le corps le jeu de la séduction corporelle. La tenue vestimentaire « *prêt du corps, pour voir les formes* » s'ajoute aux autres règles dans le jeu de la séduction, celle du travail des sentiments. Comprises dans les interactions, il s'agit de comportements genrés basés sur la communication, l'empathie, et le registre non verbal. Marc évoque des qualités qu'il associe aux « *traits féminins* », il accepte volontiers de jouer le confident et mobilise les qualités d'empathie et d'écoute, « *moi comme prof de cours collectifs j'ai été ce confident-là plus que lui par exemple* ». Pour Hochschild, (2017), « être sympathique est nécessaire et important pour faciliter tout échange courtois, et les hommes aussi y travaillent. Cela permet à la machine sociale de continuer de tourner » (p.188). Ainsi, l'autrice met en évidence la différence entre le travail émotionnel fourni par les hommes et par les femmes, celui-ci « tient dans les effets psychologiques qui découlent du fait d'avoir ou non du pouvoir » (p.189). Marc précise ainsi « *si je le fais, c'est ma façon de faire quoi. Après est-ce que c'est obligatoire, je sais pas, est ce que ça fait partie du métier ? Je pense. Si on revient à ce qu'on disait tout à l'heure, il faut plaire à la personne, il faut à la rigueur même lui faire croire qu'elle nous plaît, je pense, mais après entre les lignes personnelles, professionnelles, de l'extra pro, il faut mettre des barrières quoi. Et ça c'est à nous de gérer* ». Il montre que l'art de l'émotion, similaire à l'art de la simulation¹⁷³ cultivé traditionnellement par les femmes l'est ici par les hommes également.

Florent illustre également la mobilisation de ces genderisms professionnels qui s'oppose à ceux des séducteurs « ordinaires », (Dumas, 2011). Il met en œuvre un système émotionnel basé sur les qualités attentionnelles et morales pour séduire et fidéliser la clientèle, « *je connais le prénom de chacun des adhérents, je fais la bise à chacun des adhérents, je serre la main à chacun des adhérents et je dis leur prénom quand ils rentrent « Bonjour machin ». Oui, chacun, s'ils ont un problème je vais les voir. Je sais qu'elle avait eu un problème, je vais la voir « est-ce que ça va mieux ? », ils se confient à nous* ».

¹⁷³ Hochschild (2017, p. 211) cite Lionel Trilling (Trilling, 1994) à ce sujet.

Benoît précise quant à lui la façon dont il mobilise le registre verbal et non verbal, « *le clin d'œil, un petit sourire, l'appeler par son prénom* » pour entretenir ce travail émotionnel. De manière spécifique et parce qu'il est réalisé par des hommes à destination des femmes, ces enquêtés se réapproprient des techniques¹⁷⁴ et comportements dits féminins. Si la socialisation professionnelle suscite ces apprentissages, les différents espaces sociaux le permettent également. Benoît est un ancien « G.O du Club Océan¹⁷⁵ » et se montre très à l'aise avec ces techniques commerciales, il joue à la fois sur le registre corporel et les qualités attentionnelles et morales pour séduire et fidéliser la clientèle.

Dès lors le travail des sentiments engagé par ces enquêtés est ambivalent du point de vue de l'expression de la masculinité, il repose sur la mobilisation et l'incorporation de compétences « féminines » dans le but de réaffirmer la puissance sexuelle et une relation de domination des hommes sur les femmes. Cet aspect permet donc de renforcer la place de ces enquêtés du côté des masculinités complices dans la mesure où ils nuancent les normes de genre tout en percevant les dividendes du patriarcat.

9-4-3 Stratégie de positionnement économique limitée

Ces nuances dans le rapport au genre se prolongent dans les stratégies de positionnement économiques mises en œuvre par ces enquêtés. Les caractéristiques de la masculinité complice se retrouvent ici dans l'organisation du travail souple où les rapports hiérarchiques ne sont pas de mise. Le refus de l'adhésion à un modèle professionnel unique dominant est promu par ces professionnels portés par un ethos indépendant. De ce fait, ils se positionnent tous du côté des moyennes/petites salles proposant un fitness traditionnel dans une ambiance familiale. Associé à un mode de gestion artisanal et des capitaux culturels ne favorisant pas particulièrement la gestion d'entreprise, ce modèle de genre incarné par les enquêtés participe à une stratégie de positionnement économique limitée.

Ces éléments pointent des contradictions dans le rapport au genre : une absence de rapport hiérarchique entre les hommes et entre les hommes et les femmes au sein de ce groupe mais des rapports sociaux de sexe essentialisés sur le plan symbolique. Ce point dessine en creux des masculinités complices hétérogènes du point de vue des dispositions de genre.

¹⁷⁴ Hochschild (2017) précise à ce sujet que la flatterie est une ruse féminine, un style psychologique propre aux subordonnés.

¹⁷⁵ G.O est un terme indigène à ce grand groupe professionnel de voyageur, c'est l'équivalent de l'animateur que l'on retrouve dans les résidences hôtelières ou camping club.

La posture de professionnel du sport paraît bénéfique mais peut être coûteuse. La façon dont s'est forgé le goût pour l'action représente un des éléments de la figure de l'individu entrepreneur (Chiapello & Boltanski, 1999), « *après on est des gros gros compétiteurs, ça c'est un aspect que je n'ai pas trop abordé encore mais on a toujours été des très gros compétiteurs, on fait de la compétition pour tout, donc forcément aussi dans notre boulot on veut évoluer, évoluer* » (Bertrand). Par ailleurs, ces enquêtés sont assez critiques envers le fitness industrialisé qui tend à l'uniformisation des corps, des modèles de genre et des pratiques professionnelles (Andreasson & Johansson, 2018). Benoît évoque les stéréotypes et les aspects délétères d'une pratique professionnelle où l'apparence prime sur les compétences, il démontre que la stratégie de façonnage du corps n'est qu'une illusion qui ne garantit pas l'expertise technique dont il se veut dépositaire. En évoquant certains de ces collègues comme très représentatifs de la marque Les Mills® « *formatés* », « *épilés* » avec des « *tatouages de partout* » mais sans véritables compétences pédagogiques (« *mais ils sont profs ?* »), il se met à la marge de cette forme uniformisée de masculinité (même si sa stylisation corporelle conserve quelques pratiques acquises dans le cadre de cette socialisation professionnelle spécifique).

« De toute façon si vous me regardez, je n'ai pas du tout aujourd'hui le format d'un prof de... Aujourd'hui vous les regardez, ils sont tous épilés de la tête aux pieds, les tatouages de partout. Moi sur la fin quand j'allais en trimestriel Les Mill@s, je me demandais « mais qu'est-ce que je fous ici ? ». J'halluciniais, et peut-être même que les gens me regardaient et se disaient « mais lui... ». Formatés, hommes ou femmes. Ce n'est pas pour ça qu'ils sont super pros. J'en voyais faire des cours (...) et je me disais « mais ils sont profs ? ». C'est sûr, la coupe comme ça, des bras comme ça, enfin ça n'a jamais été ma philosophie (...) ».

Benoît, co-gérant polyvalent de Chloro'Fil

Cet ethos, renforcé par des dispositions sportives, se superpose à la trajectoire scolaire et permet de valoriser cette hexis corporelle spécifique grâce à une activité professionnelle. En effet, ces enquêtés ambitionnent de travailler dans le sport mais présentent des appétences scolaires hétérogènes. Développant de fortes dispositions sportives, Bertrand poursuit après le baccalauréat (ES) en Staps, jusqu'en Master 1 et obtient en parallèle au cursus universitaire un

brevet d'état (activités de la natation) qui lui permet de se professionnaliser dans les métiers du sport. Marc, lui intègre une section sportive football durant sa scolarité et présente moins d'appétence pour les études, ce qui est très classique dans la carrière des jeunes footballeurs. Julien Bertrand (2011) illustre la difficulté pour les jeunes garçons de rester performants sur le plan scolaire lorsqu'ils sont investis dans des structures visant la professionnalisation sportive. L'augmentation de la socialisation sportive va de pair avec une diminution des attentes scolaires et l'orientation vers des filières jugées faciles peu poursuivies après le baccalauréat. Marc illustre donc cette socialisation spécifique et s'il met fin à sa carrière de jeune footballeur, la poursuite des études en Staps se solde par un abandon en fin de première année. Se décrivant comme peu scolaire, il associe son expérience universitaire à un manque de savoir « concrets », tout comme Florent et Nicolas. Il préfère choisir une voie professionnalisante pour « *voir si le métier me plaît vraiment* », lorsque son frère, déjà investi dans un projet de salle de fitness lui propose de devenir son associé. Il entreprend alors de se former au BPJEPS AGFF et intègre un centre de formation durant une année.

De plus la mobilisation d'un capital économique équivalent ainsi que l'égalité de statut (co-gérant polyvalent) impliquent un rapport de pouvoir symétrique entre les membres du couple, et ce, quel soit l'appartenance de sexe¹⁷⁶. D'autre part, l'organisation du travail se fait de manière souple voire désorganisée, ce qui limite le développement économique de l'entreprise, « *nous on fait tout à l'arrache* » (Baptiste et Laura). Baptiste illustre les modes de socialisation des hommes des classes populaires¹⁷⁷, pour lesquels, par nécessité économique, l'entrée sur le marché du travail est précoce et l'investissement dans les capitaux culturels limité, « *donc mes parents, pas trop fortunés, m'ont dit de trouver un travail, de faire quelque chose de ma vie, donc j'ai décidé d'apprendre un métier, je suis parti apprendre le métier de menuisier, parce que je suis assez manuel donc je suis parti en menuiserie* ». Il réalise une formation professionnelle en menuiserie (CAP) ce qui lui permet une insertion rapide sur le marché du travail, « *moi j'ai fait le cycle général jusqu'en seconde, jusqu'au moment donné où on m'a dit « bon toi tu ne passeras jamais en première et tu es limité* ». Baptiste opte par la suite pour une reconversion vers les métiers du sport. Cette organisation du travail « artisanale » repose sur la sexuation des compétences pour les couples hétérosexuels (privés et professionnels) et sur une complémentarité de genre, dans les couples composés uniquement d'hommes.

¹⁷⁶ Le chapitre 6 développe ce point.

¹⁷⁷ Nicolas Renahy (2000) montre ce processus particulièrement pour les classes ouvrières et Frédéric Rasera (2013) pour les footballeurs issus des classes populaires qui deviennent professionnels.

9-4-4 Le masculin sportif et des rapports sociaux de sexe contrastés

Enfin, les rôles sexués semblent moins marqués dans ce groupe d'enquêtés (à l'exception de Baptiste). La socialisation professionnelle engage les enquêtés dans des tâches de gestion de la salle de fitness proches de la sphère domestique. Aussi, la division sexuée du travail dans la sphère domestique bénéficie d'une répartition moins asymétrique que dans le groupe précédent, qui est également induite par des situations de couple en hypogamie féminine (économique et culturelle) et des capitaux culturels plus ou moins élevés permettant ou pas de mettre à distance les rôles sexués.

Pour Benoît et Florent, ce sont les compagnes qui sont pourvoyeuses de fond au sein du foyer. L'étude des conjugalités ou/et situation de couple privé laisse entrevoir que les identités conjugales (de Singly, 2016) sont nécessaires à la compréhension des évolutions sociales (Frayssé, 2013) et à l'expression des masculinités (R. Connell et al., 2019). L'effet des conjugalités semble minimiser les rapports de domination au sein des couples. En effet, pour Benoît et son épouse (directrice d'une agence d'intérim), l'équilibre des statuts professionnels permet un rapport de pouvoir équilibré. L'absence de revenus économiques durant la première partie du projet de création d'entreprise des enquêtés laisse entrevoir une situation inhabituelle au sein des couples privés. Mais cette position nuancée par rapport aux rôles sexués n'est pas uniforme dans ce groupe d'enquêtés.

De son côté, Baptiste renforce une posture de domination sur sa compagne avec un rôle sexué très marqué. Il est proche d'une masculinité virile et populaire, il renforce des rôles sexués très stéréotypés et une division du travail domestique et parental au sein du couple largement inégalitaire. Il précise en évoquant sa fille « *moi je la vois 1h par jour ça me suffit* ». Comme par ailleurs (Bonnemaison, 2018) les professionnels les moins dotés en capital culturel, sont les plus enclins à s'engager « corps et âme » dans leur activité professionnelle, « *moi je pourrais avoir le sac de couchage ici, ça ne me gênerait pas, des fois* ». Cet aspect est le plus souvent renforcé lorsque le couple privé travaille au sein de la même entreprise (Bertaux-Wiame, 2004a; Bessière & Gollac, 2007). En mettant l'accent sur son investissement au travail, il semble justifier l'absence de participation aux tâches domestiques dans la sphère privée, « *moi je suis pas trop personnel, pour la maison pour nous, c'est ça. Donc du coup ce que je ne fais pas c'est ce que je fais ici, c'est ça (...)* *Moi (le ménage) ça ne me dérange pas tant que ça tu vois. Non. Même quand j'étais salarié, le ménage ne me dérangeait pas. Autant chez moi ça me fait chier mais sinon au travail, non* ». Pourtant en situation d'hypogamie culturelle (sa

compagne Laura est titulaire d'un Master 1 Staps, Baptiste d'un CAP Menuiserie), et à égalité de statut dans l'entreprise avec un engagement financier équivalent, Baptiste renforce un rapport aux normes de genre très stéréotypé du masculin viril associé au populaire. Cette posture s'inscrit dans une trajectoire ascendante mais avec des conditions de vie (économiques) bien en-deçà de sa position sociale de chef d'entreprise rendant incertain un reclassement positif et l'incarnation d'une masculinité dominante.

À l'inverse, Nicolas et sa compagne, en situation de concubinage se répartissent le travail d'encadrement des clients de manière sexuée complémentaire, et son travail est même rendu invisible, « *enfin tu vois je réfléchis et c'est grave parce que je n'arrive pas à te dire ce qu'il fait exactement (rires)...mais je sais qu'il ne fait jamais rien* » (Delphine, compagne et employeuse de Nicolas). Cette perspective est largement prédominante chez les couples qui travaillent ensemble au sein de l'entreprise, mais cette invisibilisation et indétermination de la répartition du travail productif est plus traditionnellement effectuée par les hommes/conjoints en défaveur des femmes (Bertaux-Wiame, 2004; Bessière & Gollac, 2007). Associée à un statut de salarié, cette situation de couple est atypique et inversée du point de vue des rôles sociaux attribués à chaque sexe. Ce point montre les effets de la socialisation conjugale en situation d'hypogamie féminine. Si la différence de capital culturel entre les deux membres du couple (Bac + 2 et Deug 1) n'est pas significative, c'est la différence de capital économique et de statut social qui régule les rôles sexués au sein de la sphère domestique. Les normes de genre sont donc travaillées par ce couple privé et professionnel, d'origine sociale similaire, et nécessitent pour Nicolas de se distancier de normes de genre très stéréotypées.

Le masculin sportif se définit donc par une virilité sportive marquée par une socialisation sportive enveloppante ou à risque, et une virilité professionnelle travaillée par un mode de socialisation spécifique. Dotés de manière hétérogène du point de vue scolaire, ces enquêtés valorisent un capital de genre où les dimensions comportementales et corporelles de la séduction viennent renforcer les effets bénéfiques d'une masculinité sportive esthétisée. De manière conforme à leur ethos d'indépendance, cette posture de professionnel du sport leur permet de vivre de leur passion et de se maintenir dans le sous champ. En résistance par rapport au fitness industrialisé, ils optent pour un mode de gestion à leur image.

9-5 Le masculin érotisé : une masculinité plus « douce » ?

A l'inverse des deux autres groupes, ces enquêtés (3 sur 13) se distinguent par l'incorporation d'une gestuelle spécifique traditionnellement réservée aux femmes. Non seulement, ils travaillent le registre de l'apparence, par une esthétisation de soi, mais dans le contexte professionnel, ils construisent une relation servicielle qui passe par une érotisation des corps, particulièrement appréciée par le public féminin. La production d'une anatomie genrée participe à construire cette forme de masculinité hybride érotisée. Le renouvellement de configurations des pratiques corporelles et comportementales permet ainsi de se distinguer dans le champ tout en gardant une position dominante dans l'espace des femmes, les cours collectifs. Cette forme de masculinité peut être considérée comme complice mais incarne une forme plus douce d'identification au masculin. Dans ce groupe, l'origine sociale (pôle culturel des classes moyennes pour Jérôme, pôle médian des classes supérieures pour Alban) et la socialisation conjugale (couple en situation d'hypogamie culturelle et économique féminine pour Guillaume) viennent questionner les rôles sexués et la définition du masculin. En outre, Alban, Guillaume et Jérôme développent un « capital émotionnel » (Gendron, 2010) plus proche du travail des sentiments traditionnellement réalisé par les femmes. Tout en adhérant à un modèle de réussite masculin, ces enquêtés expriment une masculinité plus flexible avec des rapports sociaux de sexe assez éloignés d'une domination stricte ou d'une domination des hommes sur les femmes. Au contraire, la relation servicielle mise en œuvre avec les clientes (majoritaires dans une salle de fitness) leur permet de bénéficier d'un surcroît de popularité et d'une position symboliquement dominante dans l'espace des femmes.

9-5-1 Une hexis corporelle érotisée

Le travail de l'apparence passe, comme pour le second groupe, par une esthétisation de soi prégnante. La volumisation musculaire ne paraît pas être une nécessité économique, néanmoins « *il faut faire attention* » (Jérôme) ce qui met au jour l'ambiguïté entre les injonctions fortes du sous champ en matière de normes corporelles et les pratiques d'auto-contrôle de soi. Dans ce chassé-croisé de l'apparence et de la conformité ou non aux normes corporelles, la seule production d'une anatomie genrée ne suffit pas à expliquer les variations du masculin, l'hexis corporelle renseigne sur cet habitus sportif (masculin) tel qu'il est incorporé par les enquêtés.

9-5-1-1 Une morphologie « masculine »

La socialisation sportive et familiale apparaît déterminante, elles participent à l'acquisition de dispositions sportives fortes constitutives d'un habitus « masculin », et d'une morphologie façonnée de manière hétérogène.

Jérôme dispose d'une morphologie assez typique des joueurs de rugby, massif, de taille moyenne, cet ancien joueur professionnel bénéficie d'une socialisation sportive intense qui s'inscrit dans la durée jusqu'à la fin de sa carrière de sportif de haut niveau.

Alban, musclé fin et sec, débute également le sport compétitif très jeune avec son père (moniteur de ski et architecte) et pratique avec lui le ski, le surf, le vélo et plus tard à l'adolescence, la musculation en salle de fitness.

« Et en fait moi il m'a mis au ski à l'âge de 3 ans. J'ai commencé j'avais 3 ans et j'ai toujours fait beaucoup de ski jusqu'à 18 ans. Jusqu'à 18 ans j'ai fait que du ski dont 4 ans de compétition, au Ski Landais. A la montagne on a toujours pris cette habitude d'y aller, ça, ça a été une première chose. J'ai fait du foot de 6 ans à 15 ans, beaucoup de foot. A 12 ans déjà je faisais un petit peu de VTT avec mon père qui faisait des courses de vélo quand il était jeune. (...) Ouais donc il m'emmenait faire du VTT. J'ai attaqué le vélo de route et c'est à ce moment-là à peu près que j'ai arrêté les compét de ski, que j'ai arrêté le foot et je suis passé au vélo. Et j'ai commencé mes premières compétitions de vélo j'avais... J'étais junior 2 donc ça doit être 17-18 ans.

Jérôme, co-gérant polyvalent de Fit'Form Oxap

Quant à Guillaume (issu du pôle économique des classes moyennes), au gabarit sportif, ses pratiques sportives enfantines sont hétérogènes (football, tennis, arts martiaux) et compétitives, à la fois populaires et plus distinctives comme le tennis.

« Mon père jouait au tennis mais bon mes parents étaient séparés (...) Il se trouve que j'ai eu une raquette entre les mains et chez mes grands-parents je tapais contre le mur, voilà, donc ça, ça m'a plu de suite et le foot comme j'étais tout le temps chez mes grands-parents, ils habitaient dans un quartier en fait et on jouait au foot avec les copains donc j'ai fait du foot et du tennis pendant de nombreuses années,

et j'ai commencé les sports de combat à (...) 10 ans, 10 ans - 11ans (...) Alors je faisais du kickboxing, de la boxe américaine, du full contact, on appelait ça comme ça, full contact, boxe américaine, enfin multiboxe en fait (...) ».

Guillaume, professionnel indépendant

Cette socialisation sportive trouve sa source dans des conditions familiales favorables, le père jouant un rôle important pour Alban et Guillaume dans l'acquisition de dispositions sportives. Pour ces enfants des classes moyennes intermédiaires, familles de médiateurs pour Alban et Jérôme et famille de techniciens pour Guillaume (Van Zanten, 2009), les pratiques sportives sont parties prenantes des stratégies éducatives et permettent de se positionner dans l'espace social tout autant que d'incorporer un rapport aux normes sexuées plus ou moins distancié (Mennesson, 2011 ; Mennesson et al., 2016).

L'influence des pairs, lors de la socialisation secondaire, est également notable dans la constitution de cet habitus masculin. Si Jérôme renforce des dispositions sexuées particulièrement marquées par une socialisation typiquement virile et propre au rugby (Saouter, 2000), la socialisation sportive de Guillaume est beaucoup plus atypique, il pratique autant le tennis, l'aérobic artistique, le culturisme et le fitness que les arts martiaux dont la dimension artistique semble particulièrement l'attirer. Lorsqu'il découvre l'aérobic artistique, il lui associe les qualités physiques du karaté artistique (kata).

« Et je regardais le Step le L.I.A, l'aérobic et tout ça, je trouvais ça très sympa et ça me plaisait surtout quand elles faisaient des cours justement d'aérobic, je savais que c'était une compétitrice et des cours de L.I.A ou alors High L.O.W avec tu vois elles commençaient des cours ou des fois elles faisaient des pompes, elles descendaient et ça, ça me plaisait mais parce que si tu veux (...) quand tu regardes les conditions d'aérobic artistique c'est quand même... on retrouve beaucoup de qualités physiques et de ressemblance avec les arts martiaux, les kicks, les sauts, dans les arts martiaux t'as des coups de pied, tu vois ? C'est assez proche je trouve. Et l'aérobic c'est le sport, pour moi, je vais te dire, c'est le sport par excellence. Toutes les qualités (...) c'est extraordinaire cette discipline. »

Guillaume, professionnel indépendant

Pour ces enquêtés, la socialisation sportive participe à la fabrique d'une corporéité sexuée. Si les pratiques sportives sont traditionnellement associées à des logiques sociales, les données

pour ce groupe montrent l'acquisition de dispositions sportives variées. L'homologie entre sport pratiqué et origine sociale est significative pour Alban, elle l'est beaucoup moins chez Jérôme et Guillaume.

9-5-1-2 Stylistique genrée du corps hétérogène

La façon de « présenter le corps aux autres » (Bourdieu, 1979) est révélatrice de l'ensemble dispositionnel des individus. La socialisation primaire, secondaire et les modes de socialisation professionnelle contribuent à enrichir et renouveler le patrimoine d'habitudes. La stylistique genrée du corps est ainsi particulièrement esthétisée pour Alban et Guillaume, dans une moindre mesure par Jérôme.

Pour Alban la conformité aux normes esthétiques s'inscrit dans la valorisation d'un capital de genre commercialisable. Il montre une appétence particulière pour l'accessoirisation, « *t'adaptes la tenue, il faut l'adapter à ton cours et à l'image que tu veux donner de ton cours quoi. Plus ton cours il « tombe » plus ton cours il est bon (...)* » et pour une plastique corporelle particulièrement soignée, la pratique dépilatoire paraît indispensable au dévoilement partiel des corps, « *ouais ça fait partie du taf ouais. (...) tu vois mieux les muscles, ça fait plus propre* » (Alban). Issu des classes moyennes, il présente un rapport au corps marqué à la fois par la dimension esthétique, « *je regardais si le tee-shirt il allait avec le pantalon...Toujours le tour de poignet* », dans le cadre professionnel (Hidri, 2005 ; Boni Le Goff, 2013) et les qualités physiques recherchées par les classes favorisées (Corbin et al., 2011).

Les modes de socialisation de Guillaume sont différents, la socialisation primaire participe à l'incorporation d'un rapport au corps masculin mais esthétique. Pour celui qui a vécu avec sa mère (coiffeuse), sa tante et sa grand-mère, le goût pour l'esthétisme et l'artistique semble renforcé par une éducation très marquée par les rôles sexués, « *ma mère avait un salon de coiffure, elle était coiffeuse toute sa vie, j'ai toujours été dans son salon de coiffure habitué à voir 50 millions de femmes dans le salon quoi, de tout petit. Ma mère, ma tante, ma grand-mère, c'est le complexe d'Œdipe, non mais enfin tu vois j'ai toujours vu des femmes* ». L'intériorisation de normes et valeurs traditionnellement associées au féminin sont un point d'ancrage pour le goût qu'il développe et son modèle idéal-type corporel de « l'athlète » au sens de l'athlète grec, musclé, sec, imberbe dont le corps est érotisé « *mais si tu veux moi j'ai toujours fait de la muscu mais toujours avec cette perspective de l'athlète en fait, ce qui me plaisait, c'était l'athlète. L'athlète, et puis souple, explosif, enfin tu vois.* »

A l'inverse, Jérôme semble s'éloigner du « *modèle de corps parfait* ». Alors que la grande majorité des enquêtés évoquent un rapport au corps contrôlé, domestiqué par un façonnage long et fastidieux, des pratiques alimentaires surveillées et une hygiène de vie ascétique, Jérôme occupe une position spécifique, « *je n'ai pas envie d'être un modèle physique en tous cas. Non, ce n'est pas mon objectif* ». Cet ancien joueur de rugby professionnel s'accommode de son manque de rigueur du point de vue de l'hygiène alimentaire mais précise que la crédibilité professionnelle passe par une certaine légitimité corporelle. Il questionne notamment ces diktats de l'apparence propres au sous champ, « *prof de fitness c'est une guerre d'égo quoi, nous ici on veut pas ça* ». Si le travail de façonnage corporel n'apparaît pas comme une priorité pour Jérôme, il précise tout de même « *faire attention* ». Cet aspect montre l'hétérogénéité des pratiques vestimentaires et corporelles à l'intérieur des classes sociales, La fraction de classe est déterminante de ce point de vue. Le pôle culturel est plus critique à l'égard des normes de genre que le pôle économique des classes moyennes et la classe populaire. En lien avec le capital scolaire détenu par les parents et leurs professions (ici le père de Jérôme est décédé, sa mère est enseignante dans le secondaire), la définition du masculin dans l'espace social est différente. La « bourgeoisie économique » montre une attention plus soutenue à la présentation que les « intellectuels » (Court & Mennesson, 2015).

Ceci correspond bien à la position de Jérôme, qui montre moins d'attention à son style vestimentaire, que Guillaume et Alban très attachés à un « look » travaillé.

9-5-1-3 Mobilisation d'une gestuelle « féminine »

Ces formes hybrides de masculinité rendent possible pour ces hommes l'articulation d'une anatomie « masculine » et une hexis corporelle travaillée par des dispositions multiples. Ils s'emparent de la gestuelle « féminine » pour séduire, ce qui constitue sans aucun doute une forme d'érotisation du corps masculin (en partie fantasmée). « Tenir son corps » et le « mouvoir » (Bourdieu, 1979) traduit les usages professionnels du corps dans le cadre de l'enquête. L'incorporation d'une gestuelle spécifique transforme donc l'expérience objective et subjective du corps en mouvement. La mobilisation de certaines parties du corps (le bassin, les bras, le buste) laisse entrevoir des possibilités corporelles inhabituelles chez les hommes telles que les déhanchés, les rotations, tours de tête, port de bras, travail des mains entre autres.

« Forcément, moi je jouais un peu surtout sur les musiques latino quoi en mettant un peu le cul parfois, c'est un peu vulgaire mais ...faut jouer avec, faut pas aller trop loin non plus mais forcément on le voit quoi. »

Jérôme, co-gérant polyvalent de Fit'Form, Oxap

De ce point de vue, Jérôme fait penser à ces modèles idéaux-typiques rencontrés au Salon du Body fitness¹⁷⁸, dont les chorégraphies langoureuses et évocatrices n'ont d'autre ambition que de susciter le désir sexuel. La visite au salon du Body fitness confirme cette prédominance des corps érotisés, de parades sexuées, d'exhibition combinant des traits les plus extrêmes de la masculinité hégémonique et de l'emphasized femininity. Les scènes de liesse autour d'athlètes torse-nus sur les comptoirs de stands commerciaux, les freestylers qui enlèvent leur chemise pendant les chorégraphies aux mouvements érotiques renforcent l'idée que la séduction corporelle est bien omniprésente dans ce sous champ aux normes hétérosexuelles.

Assez éloignés d'un modèle de corps « parfait », ils opèrent une sexualisation du corps à partir de la gestuelle. C'est bien cet apprentissage par corps (Faure, 2000) qui différencie ces professionnels, *« déjà la façon de bouger c'est ce qui fait la différence entre les profs, y a une façon de bouger, une façon de faire, d'animer »* (Jérôme). La séduction vient ici se superposer à une hexis corporelle et un usage spécifique du corps dans ce contexte professionnel qui rend le corps masculin érogène, aspect souvent évoqué par les professionnelles : *« même, et alors un homme prof de fitness, même s'il est nul, s'il anime bien, les filles elles sont barjots, elles feraient n'importe quoi. Parce qu'un homme un peu... qui sache bouger quand même, l'essentiel c'est ça, qu'il ne soit pas... Voilà, qu'il ait l'oreille musicale, en fitness, il les rend folles. Elles sont toutes délurées alors du coup, et puis c'est inconscient, du coup ça met une ambiance beaucoup plus folle dans les cours, tout le monde se lâche, s'amuse, c'est beaucoup plus détente tout en travaillant, ça c'est catégorique »* (Laurence¹⁷⁹).

L'entrée dans la carrière, la rencontre avec le milieu du fitness, finalement jusque-là inconnu pour Jérôme notamment, participent à cette évolution de l'hexis corporelle, *« et en fait avec la formation je me suis trouvé un style on va dire et j'aimais bien le latino et la musique comme ça, Zumba® ça correspond à ça, et après je me suis vachement prêté au truc et ça m'a plu »* (Jérôme). La socialisation professionnelle permet donc l'acquisition de techniques du corps et

¹⁷⁸ Voir chapitre 2.

¹⁷⁹ Laurence est une des enquêtées, gérante polyvalente.

un usage professionnel renouvelé, « *le Step et LIA t'as pas besoin d'être danseur, tu bouges un peu, t'as tapé là, t'es carré quoi* » (Alban).

Pour Guillaume, la possibilité d'incorporer cette gestuelle et cet usage professionnel du corps est rendu possible par d'autres expériences professionnelles. Le mannequinat, son expérience d'escort-boy, illustre dans une moindre mesure que les strip-teaseurs (Blum, 2013), une volonté d'érotiser le corps masculin ou du moins de le rendre enviable et conforme à l'idéal masculin que s'en fait cet enquêté. La valorisation de son hexis corporelle fait penser à la façon dont les strip-teaseurs négocient leur identité de genre et le « *chassé-croisé* » entre masculinité et féminité dans des rapports sociaux de sexe asymétrique. Si comme l'évoque Virginie Blum (2013), les strip-teaseurs esthétisent leur corps pour des fins commerciales et de rapport de domination sexuelle, Guillaume se caractérise par cette façon de valoriser l'hexis corporelle à la limite des échanges érotico-sexuels en tant que « *escort*¹⁸⁰ ».

9-5-2 Masculinités hybrides et renouvellement des configurations de pratiques

Un rapport au genre moins conventionnel et des rôles sexués, dans la sphère privée, atténués caractérisent ce groupe d'enquêtés. De ce point de vue, le capital culturel (élevé pour Alban) et la socialisation conjugale permettent de les questionner. Cette masculinité hybride permet grâce à l'identification à un modèle masculin de réussite¹⁸¹ (Monnot, 2012), de renforcer l'appartenance à sa catégorie de sexe tout en développant un style émotionnel spécifique plus classiquement attribué aux femmes.

9-5-2-1 Des normes de genre nuancées

Par exemple, l'analyse de la trajectoire de Jérôme permet de comprendre des configurations de pratiques corporelles et comportementales renouvelées. Entre habitus masculin et mise à

¹⁸⁰ A ce sujet, il raconte « *j'ai fait un peu d'escort (...) Ouais les gens fortunés, dans les expos, des trucs comme ça, je n'ai fait que ça. Très bien payé et toujours pareil, tu y vas t'es super bien habillé et... Le but du jeu c'est une femme d'affaires par exemple qui habite à Paris ou qui vient de l'extérieur qui est invitée à un vernissage par exemple, qui doit aller voir une expo, un truc comme ça, un lunch un truc comme ça, et qu'elle y aille accompagnée en fait, qu'elle soit pas seule pour y aller en fait* ». Il précise néanmoins ne jamais être aller plus loin (sous-entendu avoir des relations sexuelles), ce qui est assez commun dans le milieu, « *les nanas c'est parce que... tu le dis ou tu le fais savoir... si on te fait une proposition...* ».

¹⁸¹ L'autrice montre dans le cas des garçons, qui auraient choisi la flûte ou la harpe (des instruments plutôt associés à une pratique féminine), l'identification à un modèle de réussite masculin (pratique virtuose et une trajectoire d'excellence) leur permet d'affirmer une masculinité atypique pour leur âge mais valorisée socialement.

distance d'un standard corporel (le corps parfait), Jérôme exploite une hexis corporelle hybridée marquée à la fois par une socialisation sportive et sexuée très masculine et les effets de la socialisation professionnelle qui le conduisent à acquérir une gestuelle dite féminine. Si son origine sociale permet cette flexibilité dans la construction du genre, sa trajectoire professionnelle et sociale renforce la spécificité de cette masculinité érotisée. Mêlant *genderisms* masculins et féminins, la séduction se trouve au cœur des modalités concrètes d'interaction. De ce point de vue, Jérôme met à distance les rôles sexués dans le cadre professionnel (travail en couple professionnel avec Bastien) et dans le cadre privé. En situation d'hypogamie féminine culturelle (sa compagne est infirmière) au sein de son couple privé, il évoque une répartition selon les horaires de travail de chaque membre du couple, où finir tard le soir peut être contraignant. Néanmoins, Jérôme et sa compagne partagent les tâches domestiques « *on fait tout, la lessive, la vaisselle, le ménage, on fait tout ensemble quoi* », même si sa compagne assure la charge mentale relative à l'organisation de ces activités domestiques.

Dans un autre registre, Guillaume est éduqué par sa mère (coiffeuse), sa tante et sa grand-mère, « *ma mère avait un salon de coiffure, elle était coiffeuse toute sa vie, j'ai toujours été dans son salon de coiffure habitué à voir 50 millions de femmes dans le salon quoi, de tout petit* », ce qui permet de comprendre un certain goût pour l'esthétisation de soi et dans le même temps une posture d'homme parmi les femmes. Son couple est également caractérisé par une hypogamie féminine culturelle et économique, où les rôles sexués et le partage des ressources économiques sont inversés. Sa compagne avocate et conseillère municipale est la plus grosse pourvoyeuse de fonds du foyer, elle gère les denrées alimentaires et les loisirs (vacances, restaurants, sorties) alors que Guillaume finance une partie des frais de la maison et des frais d'éducation de leur enfant (licence sportive, jeux, vêtements). La division sexuée du travail domestique et parental revient en large majorité à Guillaume (dépôt de l'enfant à l'école, le ménage et la gestion du linge), les repas sont réalisés par une personne tierce (la mère de sa compagne) et sa compagne assure le relais de Guillaume lors de son travail de fin de journée. Cette répartition relativement atypique suppose donc un rapport aux rôles sexués et aux normes de genre spécifiques de la part de Guillaume.

9-5-2-2 Processus d'identification à un modèle masculin de réussite

La moindre représentation des hommes dans l'enseignement des cours collectifs chorégraphiés leur permet de bénéficier d'un surcroît de popularité par rapport à leurs

homologues féminines et de s'inscrire dans un processus d'identification à un modèle masculin réussi (Monnot, 2012). Cette posture permet ainsi de renforcer l'appartenance au groupe des hommes dans un métier qui pourrait être dévalorisé (Pichot & Wipf, 2011). La trajectoire scolaire/universitaire ou sportive avortée et l'identification à des mentors participent à ce processus de réussite professionnelle.

Avec une carrière de sportif professionnel avortée et un capital culturel (niveau baccalauréat) faiblement reconnu sur le marché du travail, la carrière fitness de Jérôme lui permet d'obtenir une position sociale et un capital économique valorisés et témoigne d'une trajectoire sociale ascendante (co-gérant salarié). Il précise que le fitness, et « *le style* » qu'il a développé lui ont permis de modifier la nature des capitaux économiques et sociaux initiaux.

« La salle a une valeur aujourd'hui, si on vend des parts moi j'ai multiplié mon chiffre d'affaires par 80000 quoi, lui il a investi tant, il a gagné moins au final si on fait le calcul, mais plus de responsabilités oui, il a quand même ce statut, on se considère quand même au même niveau ici, après moi j'ai une certaine reconnaissance envers lui parce que franchement j'ai une chance parce qu'associé salarié avec 35 % de parts sans avoir mis grand-chose c'est bien, c'est bien. Après je donne de ma personne, je suis là 60 heures par semaine. »

Jérôme, co-gérant polyvalent de Fit'Forme Oxap

Pour Guillaume et Alban, la carrière fitness est également une porte de sortie professionnelle honorable. Alban obtient deux baccalauréats (après une première réorientation du Génie mécanique vers le Génie civil) puis il poursuit des études universitaires dans les métiers du sport, en Staps.

« Là du coup j'ai fait ça, j'ai repassé le bac, donc j'ai eu un deuxième bac et là mes parents ils ont rien compris : au mois de mai tu vois avant de passer le bac y avait une journée découverte à la fac de Pau, journée découverte pour les terminales tu vois pour savoir ce que c'était la fac. J'ai dit tiens – j'étais curieux tu vois – j'ai dit je vais aller voir, je suis allé voir et donc à la fac de Pau dans chaque amphitheâtre ils t'expliquent chaque domaine tu vois, et y avait donc l'amphi STAPS, moi qui étais toujours sportif depuis gamin (...) Faites du sport votre métier. Je rentre dans

l'amphi, je suis resté j'ai tout écouté voilà, et là l'idée lumineuse tu vois, j'ai dit mais c'est ça qu'il faut que je fasse tu vois. »

Alban, professionnel indépendant

Très investi dans sa pratique cycliste (aux portes du haut-niveau), il choisit la spécialité qui consacre l'entraînement et la performance, avec une option « Métiers de la Forme » partie intégrante de la formation universitaire. Détenant plusieurs diplômes d'encadrement sportif (BNSSA, Diplôme fédéral d'entraîneur de ski), Alban se professionnalise dans les métiers du sport. Suite à une bifurcation, lors de la fermeture d'un Centre d'entraînement cycliste de haut niveau dans lequel il travaille, il débute sa carrière dans le fitness qu'il connaît grâce sa formation universitaire et pour lequel il a développé un goût particulier notamment pour les cours chorégraphiés.

Guillaume a un parcours scolaire et universitaire assez atypique, son parcours scolaire est plutôt long, Guillaume dit ne pas aimer l'école, il redouble plusieurs fois et arrive au lycée à 18 ans, « *après j'ai fait vente, donc CAP BEP bac pro, CAP vente action marchande. Je suis... je suis un peu orienté si tu veux par rapport aux résultats scolaires de 3^{ème}. De toute façon moi j'aimais pas l'école. Non. Je sais pas. Ouais, donc CAP, BEP, Bac pro, alors par contre bac pro je sors premier et je cartonne. Tu vois donc moi j'ai été au lycée tard, j'ai repiqué, je suis sorti du lycée j'avais 22 ans* ». Il enchaîne les expériences professionnelles à court terme et « *se pose des questions* », « *parce qu'en fait je voulais faire philo parce qu'à 15-16 ans je commence à m'intéresser. Je lis beaucoup, beaucoup, beaucoup (...) je fais socio-anthropologie. La 1^{ère} année oui, je valide quelques trucs de la 2^{ème} (...) Donc quand même j'ai une phase de 2 ans à peu près où je savais pas trop. Je cherchais qu'est-ce que je voulais faire. Le sport me plaisait et m'a toujours plu tu vois, donc j'avais cette idée aussi quand même en tête* ». Disposant d'un capital culturel peu valorisé économiquement (L1 Sociologie-anthropologie), Guillaume ambitionne également une carrière d'humoriste, « *après moi j'aimais faire rire les collègues donc... Je voulais être comique à la base* », il saisit l'opportunité de « *monter à Paris* », lorsqu'il débute dans le mannequinat local, dont il conserve précieusement son « *book* » sans véritablement débiter de carrière dans ces domaines.

Ces trajectoires interrompues et la rencontre avec un/des mentors sont des étapes importantes dans la socialisation professionnelle de Guillaume, moins pour Alban et Jérôme. En effet, Guillaume dispose d'un excellent réseau de connaissances dans le sous-champ grâce à sa pratique de l'aérobic artistique. Dans les années 1990-2000, le fitness est particulièrement

en vogue à la capitale bien plus tôt, il se démocratise et se professionnalise à ce moment-là, grâce notamment aux personnalités les plus emblématiques du free-style, toutes détenant des titres sportifs en aérobic artistique. A cette période, l'industrialisation du fitness en France est à ses débuts, les cours chorégraphiés (Step, LIA, Hilow, TBC) sont les pratiques emblématiques¹⁸² du fitness en France. Guillaume rencontre des mentors¹⁸³, spécialiste du fitness free-style et lui permettent de valoriser un modèle masculin de réussite dans ce métier avec un positionnement atypique spécialisé dans le free-style.

Ce modèle de réussite masculin est relativement « élitiste » dans la mesure où capital spécifique et capital de genre participent à ce processus de starification qui se retrouve également dans d'autres segments du fitness (Charissou, 2019). Ces stars du fitness représentent à la fois un modèle de genre et un modèle de réussite professionnelle idéalisé. Néanmoins, les enquêtés incarnent une forme atténuée de cet idéal-typique, les comportements de genre dont ils font preuve sont marqués par le contexte local de leur notoriété et leur trajectoire moins valorisante que celles des stars auxquelles ils font référence. Ces enquêtés choisissent de se positionner dans ce segment professionnel spécifique que sont l'enseignement et la spécialisation dans les cours collectifs chorégraphiés, et le free-style, peu valorisés dans les contextes ruraux. Guillaume, Alban et Jérôme incarnent un modèle de genre re-contextualisé, valorisé dans le monde du fitness mondialisé mais assez éloigné de la trajectoire sociale, de la notoriété et de la reconnaissance internationale des mentors auxquels ils se sont identifiés.

9-5-2-3 Masculinité renouvelée : ethos et style émotionnel

S'ils mobilisent prioritairement cette corporéité genrée c'est aussi parce que le sous champ y est propice. Mais cela ne signifie pas qu'ils sont dépourvus d'autres espèces de capitaux¹⁸⁴, comme dans les cas où le corps est la seule ressource économique disponible¹⁸⁵ (Blum, 2013). La relation servicielle repose sur la marchandisation d'un corps érotisé et un style émotionnel spécifique. Les enquêtés développent et valorisent des qualités émotionnelles plus largement

¹⁸² Interview « Aux origines du fitness Freestyle avec Lionel Lacolas », disponible en ligne, <https://totalfreestyle.fr/podcast-histoire-fitness-freestyle/>

¹⁸³ Les plus grands spécialistes du fitness en France et à l'international à cette période sont : Lionel Lacolas, Alain Courte, Jonathan Canada, Guillermo Gonzales Vega et Claudio Melamed.

¹⁸⁴ Ce groupe bénéficie d'un niveau scolaire hétérogène (Master 1 STAPS pour Alban, L1 sociologie pour Guillaume, Niveau Baccalauréat pour Jérôme).

¹⁸⁵ Virginie Blum (2013) démontre que pour les strip-teaseurs, le corps est souvent la seule ressource économique mobilisable ce qui participe à tout un travail de marchandisation du corps dans un échange économique-érotique.

associés au féminin. Ces dernières forment en ce sens un véritable capital émotionnel entendu comme « l'ensemble des ressources -renvoyant aux compétences émotionnelles- inhérentes à la personne, utiles au développement personnel, professionnel et organisationnel » (Gendron, 2010). De manière plus précise, il s'agit de « ces aptitudes sociales de communication et de sa conscience sociale » dans un domaine où l'individu se sent particulièrement efficace et/ou compétent, que ce soit scolaire ou professionnel (Gendron, 2010). Ainsi associées aux impératifs économiques, ces dispositions au travail émotionnel sont valorisées dans le contexte professionnel.

« Et puis y a un échange, permanent quoi, puis vous donnez du plaisir aux gens vous êtes là pour eux, donc ça c'est cool (...) moi je préfère donner du plaisir aux gens c'est pour ça on est toujours à se déplacer moi je suis toujours à dire des conneries en permanence même en cours voilà faut connaître la limite des fois à force on commence à connaître les gens les profils qui sont réceptifs ou non. »

Jérôme, co-gérant polyvalent de Fit'Form Oxap

Ses dispositions sociales et sa trajectoire professionnelle lui permettent ainsi de mettre à distance les normes et stéréotypes de genre, il « s'en fout de l'image », parce « nous dans le rugby même dans les sports collectifs on n'a pas cette mentalité ». L'humour et le partage sont des qualités essentielles, participent « au charme » et constituent une manière d'interagir avec les client·e·s particulièrement appréciée, « parce que dans le fitness, vous allez dans certaines salles, c'est la petite guéguerre quoi entre profs nous on veut vraiment une équipe simple et nature ». Être « fou fou », semble donner une autre dimension aux interactions et s'inscrit dans la dynamique relationnelle du genre, « d'autres qui vont être vous savez quand on crie je sais pas moi, est ce que ça va ? On va pas vous répondre et d'autres profs ils vont arriver à communiquer ça et ça va répondre, l'interactivité elle est importante y a des profs qui ont beaucoup d'interactivité. » Ces qualités plutôt associées à des compétences féminines, celles de l'animatrice¹⁸⁶, sont assez mobilisées par ces enquêtés qui en retirent un bénéfice important, celui de l'attractivité, voire de la fascination.

Alban estime de ce point de vue se dévoiler auprès de ses adhérent·e·s « t'es obligé de te dévoiler quoi, ouais grave. Tu te dévoiles, si t'es un pitre, si t'es rigolo, si tu sors des vanes

¹⁸⁶ Voir chapitre 6.

facilement, si tu parles facilement ça va se voir de suite. Tes cours te ressemblent quoi. Ça triche pas quoi. C'est un métier où tu peux pas tricher quoi. »

Ces compétences relationnelles participent ainsi à créer une « communauté émotionnelle¹⁸⁷ » (Weber, 2013, pp. 204-211) permettant aux enquêtés de fidéliser la clientèle. D'autres professionnels du fitness, uniquement investis dans la gérance des salles, l'évoque de manière significative, « (...) *Il faut savoir qu'un prof de fitness a quand même un caractère et une typologie assez particulière, il est sur une estrade, il est devant tout le monde, on l'écoute, quand il dit « vous vous allongez », tout le monde s'allonge (...) Un cours de fitness avec un prof, c'est génial, c'est du théâtre* » (Maurice, manager de ForméO Montplaisir).

De manière conforme à son ethos, Jérôme est assez distant du fitness exubérant et exacerbé tel qu'il peut l'être ailleurs, « *oui, très. Moi je ne pourrais pas rester dans une grande salle parce que dans les gros cours il y a du monde mais la famille fitness (...) c'est un milieu à paillettes (...) vous allez au salon fitness, vous craquez, moi je ne pourrais pas. On parlait d'égo tout à l'heure, c'est ça, je n'aime pas, je préfère rester dans la campagne* » (Jérôme). Engagé dans une franchise de salle, il résiste au fitness industriel, « *Les mills c'est un peu trop, (...) c'est beaucoup de show je trouve et puis c'est très calé c'est très à l'américaine aussi la chanson il va falloir chanter, à un moment de la chanson il va falloir chanter la petite phrase là parce qu'y a un mot qui impacte sur l'adhérent, tout est calculé* ». Même s'il est engagé avec une franchise de salle, il est assez opposé aux techniques commerciales préconisées, « *ça nous dérange, nous on fait jamais de relance téléphonique (...) ça moi j'aime pas trop* ». Cet aspect rejoint une forme de résistance aux normes qu'elles soient corporelles, de genre ou managériales imposées par les grandes franchises nationales ou internationales du fitness. Avec son associé Bastien, ils mettent de côté les injonctions professionnelles liées aux techniques marketing agressives, « *parce qu'on n'est pas là à les agripper. Ça nous dessert forcément parce qu'on passe à côté de plein d'abonnements parce qu'on n'utilise pas les process (...)* », Conscient de la perte économique potentielle, il défend néanmoins un ethos professionnel peu libéral « *on préfère être naturel voilà et les gens viennent ici pour ça aussi, pour ce côté ambiance conviviale* ». Cette forme de travail recouvre une dimension idéalisée de l'expérience professionnelle, comme souvent chez les travailleurs sportifs (Bonnemaison, 2018).

¹⁸⁷ L'auteur évoque au sein des communautés religieuses, le partage émotionnel au sens du fondement de communautés ni vraiment économique, ni vraiment domestique. Sans comparer ici les enquêtés aux prophètes, il semble que la fidélisation des client·e·s passe par un lien émotionnel important.

9-5-3 Une stratégie pour se distinguer dans le sous champ

Ces enquêtés occupent une place à part, celle d'un homme parmi les femmes, ils jouent avec le contexte spécifique pour valoriser une position minoritaire dans ce secteur professionnel (Williams, 1992).

La moindre représentation des professionnels dans l'enseignement des cours collectifs chorégraphiés leur permet de bénéficier d'un surcroît de popularité par rapport à leurs homologues féminines, « *moi, j'avais la chance par la Zumba® d'avoir de la clientèle parce que j'avais des cours à 150 personnes, c'était bien quoi, ça fait quand même du monde* ». De manière générale dans le monde du travail, les hommes dans les métiers féminins bénéficient d'un « escalator de verre » (Williams, 1992). Par opposition au « plafond de verre », qui limite la progression de la carrière des femmes, le processus est inversé pour la dynamique de carrière des hommes dans les métiers « féminins ».

Lucide, Jérôme analyse les enjeux spécifiques à son activité : « *oui mais aujourd'hui le fitness c'est devenu un vrai commerce donc il faut donner aux gens ce qu'ils veulent de suite* ». En s'inscrivant dans un fitness dynamique, moderne où la séduction est un moyen de fidéliser la clientèle, il choisit une modalité rentable d'exercer son métier.

La socialisation professionnelle participe à faire évoluer l'hexis corporelle, grâce à des usages professionnels du corps spécifiques, qui oscillent entre se donner à voir « au masculin » et se mouvoir, non pas de manière efféminée, mais en mobilisant une gestuelle « féminine », « *tu vois Jérôme qui est super bon en Zumba®, il vient du rugby, il a toutes ces gonzesses qui viennent à ses cours de Zumba®, parce qu'il bouge comme un dieu quoi* » (Alban). Moins volumineux du point de vue musculaire que d'autres modèles de genre masculins, la mise en scène du corps par des mouvements particulièrement évocateurs exacerbe l'érotisation de celui-ci. Désir, fantasme et séduction sont les outils de travail de ces professionnels : « *Ouais alors ça je sais pas trop ouais mais en tant qu'homme oui il faut jouer là-dessus quand même parce que le prof c'est pas forcément un modèle, un petit peu pour certaines personnes mais le jeu de séduction c'est ce qui fait aussi votre réputation parce que il faut les attirer il faut les garder avec vous quoi, tout dans le respect mais voilà oui ça joue quand même un petit peu* » (Jérôme). Mêlant dimension corporelle et comportementale, la séduction est prise au sens « *d'amener à soi* » les clients/adhérents.

S'imbriquent donc genre, sexualité, hétérosexualité dans un processus de normalisation. Cette posture de professionnel, essentialisée et dominante réaffirme leur puissance sexuelle en gouvernant le désir féminin, « habituellement poursuivants, les séducteurs aspirent à

devenir poursuivis, s'appropriant le pouvoir féminin de débouter ou de donner suite aux avances » (Gourarier, 2013, p. 211), « *c'est... beaucoup disent c'est le fantasme de plein de monde* » (Marc). Les usages professionnels du corps participent à distinguer les professionnels, « *déjà la façon de bouger c'est ce qui fait la différence entre les profs, y a une façon de bouger, une façon de faire, d'animer* ». La séduction vient ici renforcer cette hexis corporelle qui rend le corps masculin érotique, « *et puis un garçon qui fait la Zumba® ça plait, je pense, ça plaît surtout sur des musiques latino, même si on n'est pas très bon techniquement ça plaisait. Non non c'était cool* » (Jérôme). Ces enquêtés font bien du charme une de leurs spécialités, auréolés de charisme, ces professionnels incarnent une stratégie de positionnement leur permettant de réaffirmer « l'identité masculine » (Schütz, 2006) et de se (ré)approprier une place remarquable dans le groupe des hommes.

Jérôme et Guillaume bénéficient d'une trajectoire sociale ascendante et valorisée symboliquement avec un reclassement positif (compte tenu de leur capital scolaire et de leurs revenus économiques satisfaisants). Pour Alban, la trajectoire est descendante, cette stratégie de positionnement économique ne lui permet d'obtenir une position valorisée. Il se retrouve ainsi dans une position de déclassement économique par rapport à son niveau scolaire et ses qualifications professionnelles. Dès lors, le capital culturel peut minorer ou amplifier les bénéfices ou désavantages liés à un capital de genre donné. Si les sportives dotées d'un capital culturel certain peuvent s'imposer sans avoir recours à des stratégies d'hyper féminisation (Menesson, 2007), du côté des professionnels du fitness c'est différent. Alban disposant d'un capital culturel plus élevé que Guillaume et Jérôme, et ne parvient pas à s'imposer professionnellement même en mobilisant un capital de genre conforme aux attentes. A l'inverse, le capital de genre de Jérôme et Guillaume majore leur trajectoire sociale au regard de leur dotation scolaire. Le capital de genre n'agit pas systématiquement comme une ressource selon les situations sociales. Dans le contexte, c'est dans sa dimension corporelle et comportementale qu'il doit être investi par les professionnels pour pouvoir en retirer des bénéfices, ce qu'Alban semble moins faire que Jérôme par exemple.

Alors que les aspects les plus extrêmes de la masculinité hégémonique sont écartés par ce groupe d'enquêtés, l'incorporation de dispositions dites féminines est possible parce que les normes de genre sont travaillées dans le contexte professionnel et privé. Des dispositions sociales et culturelles favorables à cette remise en question permettent à des masculinités plus « douces » ou « apaisées » (Sohn, 2009), sans domination directe des hommes sur les femmes

de se faire jour. Ce rapport de séduction marchandisé leur permet néanmoins de réaffirmer leur puissance sexuelle et par là une domination symbolique tout en participant à redéfinir les normes de genre. La carrière émotionnelle, engagée par ces enquêtés, met au jour un travail des sentiments des hommes spécifique qui précise la fabrique du genre pour ces professionnels.

9-6 Conclusion sur les masculinités complices

L'étude de ces modèles de genre incarnés par les enquêtés a permis de découvrir des masculinités complices, en ce sens qu'elles renouvellent des configurations de pratiques corporelles et comportementales des hommes dans un contexte social spécifique. Sans être uniformes, l'expression du masculin s'articule avec la production d'anatomies genrées viriles, esthétiques et érotisées. Selon les dispositions sociales, sportives et genrées, les socialisations corporelles et professionnelles participent à (re)définir les caractéristiques du masculin. Souples et dynamiques, ces masculinités hybrides sont flexibles, plurielles, elles traversent des contextes où les comportements de genre varient en fonction de la part respective des capitaux détenus. Les rapports au genre sont hétérogènes dépendent des effets de la socialisation professionnelle et des situations de conjugalité et/ou de concubinage. De manière générale, ces hommes ne s'inscrivent pas dans des rapports sociaux de domination et de subordination, ce qui les placent dans une relation de complicité avec la masculinité hégémonique. De cette façon, ils tirent des profits du dividende patriarcal par l'expression de masculinités qui réaffirment leur puissance sexuelle et leur appartenance à la catégorie de sexe. Cependant, ces postures ont également un coût qui peut s'exprimer sur le plan personnel et/ou économique, et dont les stratégies de positionnement et les trajectoires sont le reflet. Face à ces masculinités, il s'agit, dans le chapitre suivant, de voir comment les féminités professionnelles se définissent pour mieux cerner les modalités d'interaction et les rapports de pouvoir dans ce régime de genre spécifique.

CHAPITRE 10. MODÈLES DE GENRE FÉMININS : ENTRE COMPLICITÉ ET RÉSISTANCE

Dans le cadre conceptuel développé par Connell (1995) le masculin et le féminin se construisent en contraste, opposition, dans une vision essentialisée des rapports sociaux de sexe. La masculinité hégémonique est associée à l'emphasized femininity, une forme de féminité culturellement idéalisée qui se caractérise par une hyper féminité et une sexualité importante. Selon Connell, il ne peut exister de forme hégémonique de la féminité dans la mesure où hommes et femmes sont deux catégories opposées et que la masculinité hégémonique entretient une relation de domination sur les femmes qui y sont subordonnées.

Dès lors se pose la question de savoir comment se construit le féminin. Si Connell (1995, 2005, 2019, 2021) propose un cadre d'analyse pour les masculinités (hégémonique, complice, subordonnée, marginalisée) avec des caractéristiques spécifiques, l'autrice n'en propose pas d'équivalent pour les féminités, pour autant, elle considère l'existence de féminités multiples. Différentes études sociologiques sur les modèles de genre féminin participent à construire un cadre d'analyse des féminités multiples. Les travaux de Mélie Fraysse (2013) distinguent trois modèles de genre féminin dans la presse VTT : la championne, la femme de pratiquant et le modèle de publicité. Anne Saouter (2000) dans le contexte spécifique d'une étude ethnographique sur les joueurs de rugby, distingue la femme de joueur en opposition avec la groupie. Christine Mennesson (2011) s'intéresse particulièrement aux sportives investies dans des sports masculins et procède à une étude de l'incorporation des dispositions à l'hyper féminisation des apparences et son corollaire l'inversion des dispositions sexuées. Dans la même perspective, Christine Mennesson, Sylvia Visentin et Jean Paul Clément (2012) livrent une analyse des pratiquantes de Gymnastique Rythmique et Sportive caractérisées par un travail de surinvestissement de l'hyper féminisation. Isabel Boni Le Goff (2013) compare les carrières professionnelles des expert.e.s en conseil et révèle l'influence de l'appartenance à une catégorie de sexe dans le contexte professionnel. Enfin, Marie Carmen Garcia revient sur la catégorisation binaire des dispositions de genre chez les danseur.euse.s hip hop (2015), les artistes de cirque (2011), ainsi que sur les féminités conjugales et extraconjugales, l'épouse et la maîtresse (2016). Un premier constat montre que la féminité est largement associée à l'hyper féminisation, la ritualisation de la beauté, des compétences essentialisées et aux injonctions sociales liées à l'appartenance à la catégorie de sexe femme : maternage, travail reproductif, travail des sentiments et carrière émotionnelle. La structure sociale de domination contraint

donc les femmes à la féminité tel un « objet dont l'être est un être-perçu » (Bourdieu, 1998) dans une société patriarcale caractérisée par des rapports sociaux de sexe hétéronormés.

Le cas des femmes sportives pose donc des questions à propos de cette représentation culturellement idéalisée de la féminité. Les études portant sur les sportives (Duncan & Messner, 1998) et leurs médiatisations (Frayse, 2013) illustrent leur sexualité. Celle-ci consiste à évoquer de façon constante la féminité par l'apparence, l'appartenance de sexe, une érotisation et l'absence de données techniques liées à la performance. Les modèles de genre féminins ne sont, pour autant, pas homogènes et les comportements de genre se distancient plus ou moins de l'emphasized femininity selon les modes de socialisations (Mennesson, 2004b) et les contextes d'interaction. Néanmoins, les stéréotypes traditionnels associés au féminin sont particulièrement prégnants et traversent toutes les sphères de la vie sociale, le « procès de virilisation » (Louveau, 2004, p.178) se retrouve dès lors que des femmes accèdent à des fonctions socialement dévolues aux hommes (Boni Le Goff, 2013) ou lorsqu'elles investissent des pratiques culturellement « masculines » (Mennesson, 2005a).

Si la féminité accentuée est largement représentée dans toutes les sphères de la vie sociale et particulièrement dans le sous champ du fitness, elle se distingue sous plusieurs aspects et donne à voir des modèles de genre féminins distincts élaborés et construits sous couvert du regard masculin. Les manières de vivre la catégorie de « femme » en l'occupant, en y résistant, en la produisant se traduit par des processus de différenciation (Skeggs, 2015, pp. 193-235). Beverley Skeggs (2015) précise donc que la féminité est le processus genré par lequel les femmes deviennent un type spécifique de femme sous entendue « féminine ». Et de ce point de vue, « être, se faire ou devenir féminine recouvre des réalités très différentes selon la classe sociale, la « race », l'âge ou la nationalité (Skeggs, 2015).

Aussi, dans ce contexte professionnel hétéronormé de dévoilement des corps comment les professionnelles construisent-elles la féminité ? Quelles relations aux normes de genre entretiennent ces enquêtées qui ont investi un des derniers bastions masculins, le sport, et ses métiers ? Comment la socialisation professionnelle contraint, renforce ou nuance des dispositions sexuées, des dispositions sociales ? La féminité est-elle un des éléments des stratégies de positionnement économique dans le sous champ ?

Le contexte spécifique de l'enquête montre que les professionnelles évoluent dans un espace professionnel mixte composé d'un public majoritairement féminin mais marqué par l'existence de territoires de pratiques hyper sexuées (Johansson, 1996). Le métier de professionnel du fitness croise donc les caractéristiques des métiers de représentation et de performance et celles des métiers de services.

Des féminités multiples se dessinent et laissent entrevoir une relation de complicité avec le processus de domination et l'emphasized femininity. Les investissements en féminité posent la question de la rentabilité de ce capital. Selon Skeggs il s'agit davantage de limiter les pertes que d'en tirer bénéfice, mais ce point est à nuancer selon l'origine sociale et les contextes sociaux.

Les travaux de Skeggs sur la féminité respectable s'ancrent dans les classes populaires et montre à l'inverse de Bourdieu (1979), que ces femmes ont une conscience vive de l'apparence physique, et lui accordent des investissements significatifs. Elle montre comment les investissements en féminité des jeunes femmes des classes populaires sont une nécessité pour avoir de la valeur et exister sur le marché matrimonial et économique. Dans cette perspective la respectabilité est un enjeu majeur des diverses formes que peuvent revêtir la féminité et ses artifices. En superposant « être » et « paraître » féminine, les femmes peuvent se situer dans la hiérarchie de la respectabilité qui impose des formes constantes de classement et de marquage symbolique (Skeggs, 2015).

Les différences notables avec les professionnelles de l'enquête sont à relever. Tout d'abord, les enquêtées sont peu issues des classes populaires et disposent d'un capital culturel élevé. Deuxièmement, elles mettent à distance la « féminité bourgeoise ou aristocratique historique » (Skeggs, 2015) dans la mesure où elles sont hyper visibles et en mouvement, le corps est un instrument de travail et un bien symbolique. Enfin, elles ne subissent pas toutes la division sexuée des tâches et ne misent pas tout sur le mariage hétérosexuel, étant plus nombreuses à être pacées. L'enquête permet ainsi de mettre en évidence des modèles de féminités novateurs. Les professionnelles sont complices de la féminité mais elles en retirent des bénéfices sur le plan économique et social où les rapports de pouvoir avec les hommes peuvent être inversés. En revanche, l'expression de ces féminités a un coût : le poids des injonctions et prescriptions sociale sur les corps, les difficultés de progression dans la carrière professionnelle et l'(in)compatibilité des statuts de mère, femme et cheffe d'entreprise.

Comme pour les hommes, la socialisation professionnelle joue un rôle particulièrement significatif dans la production sociale du genre. Aussi, il convient d'analyser ces modèles de genre féminin au prisme des mêmes caractéristiques à savoir la production de corporéités genrées (morphologie, stylisation genrée du corps et usage professionnel du corps), l'expression de ces féminités dans les modalités concrètes d'interaction (genderisms professionnels et privés) et leur place et fonction dans les stratégies de positionnement économique.

Plus ou moins complices, ces féminités articulent habitus féminin et respectabilité dans l'espace professionnel du fitness. Un premier modèle de genre, le « bikini model » illustre la

prépondérance de l'hyper féminisation corporelle. Associées à une corporéité hyper sexuée et une sexualisation de l'apparence, ces enquêtées se positionnent de manière emblématique en se rendant particulièrement visible à un âge avancé dans un contexte professionnel spécifique. Cette féminité associe une forme de résistance (rapport de pouvoir inversé) et une adhésion aux normes de genre (hyper féminisation) qui permet d'obtenir des bénéfices (sociaux, économiques) mais implique un coût (privé).

Le deuxième modèle de genre, plus modéré du point de vue de l'hyper féminisation, regroupe les « fit-mum », plus jeunes, en adhésion avec la culture fitness et les pratiques plus industrialisées. Ces enquêtées s'inscrivent dans une relation de complicité avec la féminité mais naviguent entre adhésion et résistance à l'ordre de genre et participent à dessiner les contours de la définition du féminin dans l'espace social étudié. La part respective des capitaux, les effets de la socialisation professionnelle, les investissements en féminité et les genderisms mobilisés par ces professionnelles redistribuent les rapports de pouvoir dans la sphère privée et professionnelle, sauf exception.

Enfin, le dernier modèle de « mothering femininity » est incarné par les professionnelles d'un âge avancé, très distantes des normes de genre qui occupent un segment très spécifique du marché du fitness. Cette « mothering femininity » caractérise ainsi celles dont la corporéité genrée n'est pas (ou plus) au centre des interactions professionnelles. Un cas atypique vient nuancer cette proposition et donne à voir la complexité des processus de socialisation et du patrimoine des habitudes (Lahire, 2004).

10-1 « Bikini model » et hyper féminisation

Laurence incarne ce modèle de genre que l'on peut qualifier de « bikini model ». En référence aux modèles de genre internationaux repérés au niveau macro social au Salon International du Body Fitness de Paris, le « bikini model » est un modèle de genre particulièrement présent dans l'espace des muscations. Cette conformité du point de vue du genre à l'emphasized femininity est assez caractéristique des femmes qui investissent des pratiques sportives « masculines » et plus nettement dans les activités de force. Christine Menesson (2011) démontre le travail de l'apparence réalisé par les femmes haltérophiles pour mettre en avant les artifices de la féminité. De la même façon, dans cet espace des muscations, les professionnelles font « féminines » selon les normes en vigueur. Cette mise en scène de la féminité « devient l'instance ultime de légitimation de la masculinité en lui offrant le pouvoir

d'imposer les normes, d'émettre les jugements et de confirmer la valeur » (Skeggs, 2015, pp. 193-235) et se construit sous couvert du regard masculin.

10-1-1 Stéréotype de genre et sexualisation de l'apparence

Laurence (55 ans, gérante polyvalente d'Espace Forme) se donne à voir comme une ancienne culturiste dont l'hyper sexualisation est typique, à l'instar des pratiquantes d'haltérophilie, la pratique de techniques sportives "masculines" est compensée par une apparence féminine. Souligner voire érotiser ses formes féminines participe de manière courante à justifier sa posture de femme dans un espace de pratique dominé par les hommes et la masculinité hégémonique.

10-1-1-1 Une morphologie spécifique

Disposant d'un physique hyper musclé et très sec, elle montre les signes, à un âge avancé de sa carrière, d'une pratique de la musculation à visée esthétique (volumisation musculaire). Attachée affectivement à ce milieu sportif culturiste, elle s'investit dans la pratique de la musculation pour l'acquisition de son diplôme (HACUMESE) alors nécessaire à l'ouverture d'une salle de fitness. Son passé de compétitrice en bodybuilding et la victoire dans certains concours de pose esthétique, lui permettent de bénéficier d'un crédit réputationnel important dans une pratique où les femmes sont minoritaires. Garant d'une compétence avérée dans les techniques d'entraînement propres aux façonnages esthétiques de la musculature, il s'ajoute à une corpulence spécifique correspondant aux modèles de genre de ce contexte particulier de pratiques sportives.

Cette enquêtée est issue d'une famille de commerçants¹⁸⁸ (pôle économique des classes moyennes) où la pratique sportive est impulsée par le père (pratique de l'équitation), « *tout le monde en fait. Dans ma famille ils sont tous férus de sport, ouais ouais* ». Seule femme de la famille et au sein de la fratrie (deux frères), Laurence, dont la mère est décédée au début de l'adolescence, pratique des activités sportives qui ne sont pas particulièrement sexuées. Le basket-ball, la natation, la planche à voile et le ski représentent un ensemble de pratiques sportives hétérogènes plus ou moins distinctives (planche à voile et ski). Elle joue également

¹⁸⁸ Le père de Laurence était commerçant, propriétaire d'une boîte de nuit, sa mère décédée quand elle avait 11 ans avait également un commerce.

du piano « *on m'a fait faire de la musique, j'ai fait du piano* ». Ce n'est que jeune adulte qu'elle s'intéresse aux pratiques de « gym d'entretien », puis un peu plus tard lors d'une rencontre amoureuse, Laurence découvre ce milieu sportif du culturisme. Elle s'y investit et entame une reconversion professionnelle. Nécessaire à l'ouverture d'une salle de fitness, le diplôme (HACUMESE) implique la pratique des musculations.

10-1-1-2 La rentabilité de l'apparence

Laurence construit un capital corporel et genré en adéquation avec les normes de l'hyper féminité en vigueur dans cet espace sportif. Souligner, voire érotiser ses attributs sexués (poitrine, fessiers) participe de manière courante à justifier sa posture de femme dans un espace de pratique dominé par les hommes et la masculinité hégémonique. L'hyper féminisation répond aux injonctions de l'ordre du genre et permet de lever le doute sur une "féminité" et une sexualité qui serait remise en question (Mennesson, 2007). Il semble donc que la stylisation genrée du corps agisse de manière à naturaliser le corps féminin comme un objet du désir pour les hommes.

« Laurence est une prof de fitness au sens emblématique du terme, à plus de 50 ans elle arbore des tenues très moulantes (type Spunky, marque de vêtement de fitness) aux couleurs vives, caractéristiques du fitness des années 2000. Elle se présente en brassière et pantalon près du corps, sa coiffure est structurée, ses cheveux colorés sont relevés, quelques mèches tombent de part et d'autre de son visage. Elle est très maquillée, porte des bijoux (bagues, bracelets), est toujours très bronzée et met en valeur sa poitrine, sa sangle abdominale, ses bras, épaules et son dos avec des hauts très décolletés et courts. La mise en valeur des attributs sexués est prégnante et correspond aux modèles de genre internationaux véhiculés lors du Salon du Body Fitness. »

Extrait du carnet ethnographique.

Cette façon d'être féminine s'inscrit dans une socialisation sportive secondaire et un mode de socialisation professionnel spécifique particulièrement sexué. Pour autant, la sexualisation, voire l'érotisation des corps, ne participe pas à classer cette enquêtée du côté de la vulgarité. Les investissements en féminité de Laurence, structurés par cette socialisation sportive et professionnelle spécifiques, se traduisent par une sensualité construite et valorisée pour les

hommes. Sans franchir la limite de la vulgarité, la sexualisation de son corps passe par des courbes et des formes pulpeuses, une tenue aux couleurs flashies, des cheveux méchées, une coiffure stylisée, le teint bronzé (mais pas de manière excessive), et du rouge à lèvres. Presque « glamour », au sens de sensuel, cette féminité permet de faire tenir sexualité, désirabilité et respectabilité sans tomber du côté de la « bimbo ». A ce sujet, Skeggs (2015) souligne que pour les femmes dont l'origine sociale est un puissant marqueur sexué de disqualification, celles d'origine populaire, la vulgarité et la sexualité sont associées à des représentations de femmes sans valeurs.

Par ailleurs, l'intérêt porté au corps et à l'apparence caractérise cette fraction des classes moyennes (Court & Mennesson, 2015) surtout lorsqu'elles travaillent dans une relation avec des client·e·s, ici le commerce. Cette exigence se retrouve au sein même de l'intimité des couples, Laurence explique à propos de son mari « *il avait pris un peu d'embonpoint, je lui ai dit il va falloir que tu te remettes au sport* ». En creux, se dessinent les représentations idéalisées du corps masculin et féminin que Laurence valorise. Elle semble avoir intériorisé un idéal-type de la beauté (Vigarello, 2004) largement déployé et entretenu dans les pratiques culturistes qui ont balisés son histoire corporelle, amoureuse et sa carrière professionnelle.

« Oui oui il faisait de la muscu. Il avait l'avantage, c'est vrai qu'il s'était forgé un physique d'enfer. Il était très beau musculairement parce qu'il était grand, de beaux muscles bien proportionnés donc il faisait le coq ici bien sûr, tout le monde se le badait donc il travaillait, certes, mais en même temps ça lui plaisait, forcément, voilà. »

Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme

La socialisation sexuée et les dispositions de genre se construisent également dans une famille où le masculin et le féminin existent et se définissent dans et par leur relation, « ce sont les rapports sociaux de sexe, marqués par la domination masculine, qui déterminent ce qui est considéré comme « normal » - et souvent interprété comme « naturel »- pour les hommes et pour les femmes » (Molinier, 2004, pp. 71-76).

10-1-2-3 « Mener les hommes » et être sexy

Laurence occupe une position de femme respectable impliquant de manifester sa féminité dans l'apparence et la conduite, « une nuance distingue l'incarnation des dispositions de leur

manifestation » (Skeggs, 2015, pp.193-235). L'apparence, le style, avoir l'air sexy et féminine renvoie à des représentations symboliques mais leur mise en oeuvre se fait au travers d'une interprétation locale, un contexte spécifique ici professionnel.

Son capital spécifique atypique dans le culturisme, « *j'ai participé à 3 concours, j'ai eu une médaille d'ailleurs, une coupe et puis voilà* », lui permet de mobiliser un corps de femme dans une pratique « masculine ». Elle intervient volontiers dans la « maison des hommes », le plateau musculation, y est respectée et écoutée. Cette posture, plutôt atypique pour les professionnelles du fitness, se trouve renforcée par un leadership dont Laurence fait volontiers état.

« Parce que moi ayant eu mes diplômes, étant major de promotion ce n'était pas par hasard quand même, bon moi j'ai quand même du tempérament, c'est vrai que quand je mène quelqu'un en général il ne se demande pas si je suis crédible ou pas parce qu'un homme c'est difficile à mener pour une femme parce qu'on arrive gringalette et ils ont l'impression que la quantité de muscles est proportionnelle à la qualité d'un prof de musculation (...) Et puis l'homme est quand même macho, c'est difficile d'accepter un commandement parce quand on entraîne, on commande un peu, il faut faire ci, il faut faire là, hop on y va, plus lourd... »

Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme

Depuis plus de 25 ans, elle a su innover et repérer toutes les disciplines émergentes pour développer son activité, « *alors j'ai pratiqué tout, le fitness, le culturisme, toutes les disciplines qui se sont mis en autodiscipline, les métiers de la forme (...). Après j'ai assisté à des conventions régulièrement oui, parce que c'était dans les années 1995 et puis ils commençaient à sortir le step, ils commençaient à sortir des disciplines toutes nouvelles, donc j'ai été une des premières sur la ville à donner des cours de step aussi parce quand on m'a contactée je l'ai sentie et c'est allé vite, on a dû faire des stages sur Paris, sur l'Espagne, donc voilà* ». Sans rester enfermée dans le culturisme, elle a insufflé à sa salle les nouveautés du fitness et partant a augmenté son capital spécifique. Devenue polyvalente du point de vue des usages professionnels du corps, Laurence joue donc sur le tableau des pratiques de musculation et de fitness traditionnel (cours chorégraphiés) et mobilise des techniques du corps autant « masculines » que « féminines ». Ceci lui permet de contrebalancer les effets d'une pratique sportive (le culturisme) qui pourrait contribuer à « masculiniser » les corps des femmes. Comme l'explique Skeggs (2015), la frontière est mince entre « se reconnaître, par l'intermédiaire du regard externe, comme un certain type de personne et recevoir l'approbation

externe de son apparence » (pp. 193-235), l'interprétation locale, ici le contexte spécifique et les normes propres au régime de genre du fitness participent à approuver ou réprimer cette mise en scène du corps et sa sexualisation. La notion de « passing¹⁸⁹ » centrale chez les consultant·e·s en management (Boni Le Goff, 2013) est ici également présente. Le modèle de genre de Christine lui a permis de « passer » auprès de ses client·e·s et ainsi d'obtenir leur fidélité grâce à ce crédit réputationnel nécessaire dans un métier de représentation et de performance. Alors que dans les cas des jeunes femmes issues des classes populaires, la sexualisation vestimentaire désigne des femmes non respectables, dans le cas de Laurence, cette sexualisation de l'apparence participe à se positionner comme une professionnelle. En ce sens la féminité est « une construction (qui se sait construite), manifestée publiquement » (Skeggs, 2015, pp.193-235).

10-1-2 Entre adhésion et résistance, des genderisms professionnels ambivalents

Néanmoins, être féminine ne permet pas d'incorporer tous les aspects de la féminité, ce qui est presque impossible puisque signifiant sans capacité d'action, sans pouvoir, sans volition (Skeggs, 2015), ce qui éloigne nettement les professionnelles du fitness de cette représentation de la féminité et Laurence en particulier. Vivre sa catégorie de « femme » suppose des manières vairées et différenciées de devenir (ou non) un type spécifique de femme « féminine ». Skeggs (2015) démontre de manière précise comment les femmes (des classes populaires) occupent, résistent et produisent des féminités ambivalentes. La production sociale du genre traverse tous les espaces de la vie sociale, et pour l'enquête, comme pour d'autres professions plus prestigieuses¹⁹⁰, le sexe de la professionnelle n'est pas anodin. Cependant, faire et défaire le genre permet de distinguer les processus de (re)production et de résistance, à ce titre les dimensions comportementales et corporelles du capital de genre ne se recouvrent pas systématiquement (Mennesson, 2007).

Laurence est une chef·fe d'entreprise « *avec du tempérament* ». Mettant en exergue un positionnement ambivalent, elle incarne un modèle de genre hyper sexué dans sa corporéité mais fait preuve de genderisms professionnels plutôt associés au masculin. Si elle se soumet à

¹⁸⁹ Le « passing » articule le double standard « être professionnelle » et « rester féminine » autour d'un objectif majeur du métier : maintenir coûte que coûte la confiance avec ses client·e·s, son public.

¹⁹⁰ Isabel Boni Le Goff propose une étude détaillée du conseil en management où les femmes, plus que les hommes, sont contraintes à un double standard (être professionnelle et rester féminine) et montre que le sexe de l'expert n'est pas anodin.

la domination du regard masculin, elle se caractérise par un ethos indépendant et des modalités concrètes d'interaction inversant ce rapport de domination

Ces dispositions à l'entrepreneuriat renvoient à son éducation paternelle et son parcours professionnel, « *j'étais dans une famille de commerçants. De tout temps à jamais, je pense que quelque part il y a les fibres. Ça on l'a. (...) Oui, j'ai toujours entendu parler, et puis mon père avait des visions (hésitation) assez en avant-garde sur certaines choses et j'étais toujours très à l'écoute de ce qu'il disait il y a 50 ans (...) enfin c'est sûr qu'il y a une éducation derrière au niveau commercial, ouais, ouais, voilà.* ». Initialement secrétaire médicale, elle travaille ensuite pour une boîte de nuit, un syndicat de faillite, des entreprises publicitaires, le plus souvent avec des hommes.

« Que des hommes. Je pense que ça ne pouvait être que des hommes pour moi, j'ai un tempérament assez fort et je dois être un peu homme quelque part dans le mental et ça se passe mieux avec des hommes, enfin mieux, ça se passe bien avec les femmes aussi, je ne sais pas pourquoi je dis ça, mais en général les hommes de tête... Je suis plus attirée par les hommes de tête. »

Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme

Associée à une incorporation des normes hétérosexuelles, Laurence exprime les dispositions masculines au travail et au leadership qu'elle a acquise (« *je dois être un peu un homme quelque part dans le mental* ») tout au long de sa carrière en relation avec le modèle de genre parental et le modèle de genre du dirigeant d'entreprise.

« C'est vrai que j'aime les hommes de tempérament et (hésitation), oui, j'ai beaucoup admiré mon père donc je pense que c'est peut-être pour ça que j'ai l'impression que les hommes sont plus à la hauteur, enfin vite fait je dis ça, il y a des femmes de tête à leur tour aussi. »

Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme

Dans son discours et dans son comportement de cheffe d'entreprise, Laurence se distingue du seul objet sexuel auquel elle pourrait être identifiée de prime abord, les apparences de la féminité peuvent donc être trompeuses. La féminité se révèle plurielle et aussi complexe que les masculinités, les modalités concrètes d'interaction mises en œuvre par cette enquêtée

illustrent en creux un rapport de pouvoir inversé : « ... *quand j'étais inférieure on va dire, c'était des hommes qui me menaient. Maintenant que je suis passée cheffe d'entreprise ...* ». Ces propos suggèrent qu'elle n'est plus « inférieure » et ne réduit plus son statut social à celui de dominée.

De manière contradictoire, Laurence rend compte d'un rapport aux normes de genre marqué par la complémentarité « *naturelle* » entre les sexes. Conjointement à des dispositions sexuées classiques, sa valeur en tant que professionnelle est construite par et pour le regard des hommes, l'approbation du jeu de séduction hétérosexuelle est une preuve explicite de l'habitus féminin incorporé.

« Bon après il y a un jeu de séduction, il y a un jeu qui existe mais ça reste du jeu donc c'est agréable malgré tout. Voilà, il faut laisser un bouclier mais bon, on ne peut pas interdire à un homme de vous faire les yeux doux, enfin tant que ça reste à une certaine distance mais bon c'est ainsi fait, l'homme est toujours attiré par la femme. »

Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme

La question du regard, celui qui admire ou/et celui qui déshabille semble donc se différencier selon les espaces sociaux. Pour les jeunes filles des classes populaires étudiées par Skeggs (2015) le regard qui déshabille ou qui admire tend à opposer deux types de féminités : un type de femme non respectable ou une femme désirable. Dans un autre registre, la perception du regard masculin est également ressentie comme un jugement de valeur pour les consultant.e.s en management étudiées par Boni Le Goff (2013). Ce rappel à l'ordre des sexes rend implicite l'exclusion des femmes (peu importe leur origine sociale) dans diverses sphères de la vie sociale. Pour cette enquêtée, le regard masculin est un processus d'approbation et de reconnaissance de la valeur économique du capital corporel. La désirabilité, « *on sait quand on plaît ou pas mais ça n'a jamais dépassé cette sensation, voilà* » banalise la complicité de Laurence dans le jeu de séduction hétérosexuelle et minore le processus de domination masculine (« *ça n'a jamais dépassé cette sensation* », « *c'est ainsi fait* », « *c'est agréable* »). Celle-ci se trouve légitimée par la nécessité de plaire et de conquête des hommes, qui renvoie à une essentialisation des rapports sociaux de sexe.

« *La femme va moins vers l'homme généralement mais bon l'homme a besoin, je vais être dure mais de faire un peu le coq, c'est sa façon... Un homme a besoin de se prouver qu'il peut plaire, qu'il peut conquérir, après, ça reste de l'ordre du regard, ce n'est pas... »*

Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme

Dans ce contexte professionnel, la sexualisation des relations au travail prend la forme de modalités concrètes d'interaction, et renvoie à des inégalités prégnantes. Dans les activités de service, de représentation où la performance de genre est très importante, la séduction est instrumentalisée et rend visible des rapports de pouvoir (Adkins, 1995; Schütz, 2006; Hochschild, 2017). Le jeu de la séduction est « nécessaire¹⁹¹ » mais les femmes ne peuvent être à l'initiative de celui-ci, alors que les hommes doivent séduire, les femmes sont limitées à être séduisantes. L'usage classique de la séduction corporelle hétérosexuelle renforce l'incorporation de cette féminité, les investissements en féminité assurent de cette façon une posture rentable malgré l'ambivalence de ces genderisms.

10-1-2-1 Être cheffe d'entreprise, un prix à payer ?

Le modèle de genre incarné par Laurence alterne ainsi entre le modèle de féminité (adhésion au patriarcat d'un point de vue symbolique) et celui de virilité (ancrage dans un modèle masculin de réussite professionnelle). Les dimensions corporelle et comportementale du capital de genre ne se superposant pas, le « prix à payer » s'observe majoritairement dans la sphère privée tel un rappel à l'ordre de la structure sociale de domination.

10-1-2-1-1 Les coûts de la carrière sur la famille et le couple privé

Laurence montre à quel point l'arbitrage entre carrière professionnelle et carrière familiale est asymétrique entre les catégories de sexe, surtout lorsque que les différences d'ethos à l'intérieur des couples sont notables. Son (ex)mari, « *lui il était garde national de la chasse, donc fonctionnaire, police de la chasse on va dire donc pas du tout sa partie* », semble plus orienté vers les loisirs et le temps libre qu'il met à profit pour ses activités sportives. Assez distant de l'ethos entrepreneurial de son épouse, « *il s'occupait du gamin le soir* ». Pourtant en

¹⁹¹ Ce point de vue est détaillé dans le Chapitre 8.

situation d'homogamie¹⁹² culturelle, la répartition du travail domestique et parental repose davantage sur l'arbitrage temporel lié à l'activité professionnelle (« *lui, il finissait à 17h, il avait tous ces week-ends* ») que sur un rapport aux normes de genre égalitaire. Surinvestie dans son entreprise, Laurence fait le bilan lors de l'entretien biographique du coût de la remise en cause de la féminité. Dit autrement, en refusant d'appartenir à la catégorie des dominées, Laurence mobilise des dispositions masculines au travail (surinvestissement, déséquilibre entre les temps professionnels et familiaux) ce qui, sur long terme, constitue une contrainte pour les temps familiaux et la vie de couple.

« Je pense en partie, oui je pense. J'avais un homme qui aimait beaucoup les loisirs, qui était très pêche, chasse, plongée, lui il se voyait tout le temps en voyage. Moi je ne pouvais pas, je ne pouvais pas me libérer autant et je pense que j'ai...oui, je pense que j'ai mis de côté certaines choses, je pense que je n'ai rien vu non plus parce que je pense que justement, pour moi c'était réglé, j'étais dans mon entreprise, le gosse, pour moi tout allait super bien. Je n'ai rien vu venir, rien vu. Mais donc je n'ai rien vu parce que je ne pouvais pas le voir, j'étais trop dans ma... Voilà, j'avais des œillères, whaoum à fond dans mon truc. »

Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme

L'arbitrage temporel au travail est une des tensions largement répandues dans les couples et se négocie dans le « contrat de genre » conjugal et familial (Le Feuvre, 2006). D'autres travaux démontrent bien comment trois éléments majeurs « ont un effet déterminant sur l'expérience conjugale et familiale : le modèle de pourvoi de revenu, les pratiques en matière de division du travail domestique et les formes prises par les arbitrages temporels et la plus grande centralité accordé à la « sphère professionnelle » par les deux conjoints » (Boni Le Goff, 2013, p.516). Pour les professions supérieures prises comme terrain de recherche de ces travaux, les avocates, les médecins, les architectes (Lapeyre,) les consultant·e·s en management (Boni Le Goff, 2013), les autrices reprennent l'idée que le modèle de « virilité » (Le Feuvre, 2008), revenant à un ancrage dans un modèle masculin de réussite professionnelle, nécessite « un prix à payer » (Le Feuvre & Guillaume, 2007). Si Laurence ne relève pas de la même catégorie professionnelle que ces enquêtées, des liens sont à tisser entre modèle de féminité et professionnalité. Le prix à payer qu'il soit professionnel, conjugal, parental, rappelle à l'ordre

¹⁹² Christine dispose d'un BTS secrétariat de direction, son mari est cadre d'état dans la fonction publique.

les femmes qui mettent à distance cet idéal de féminité¹⁹³. L'idée d'un « éternel féminin » est largement associé à l'idée de nature (Feuvre, 1999) et par conséquent au travail reproductif et à la sphère privée.

Laurence est également rappelée à l'ordre de son statut de femme et de mère. Elle explique sa décision (subie) de n'avoir « *qu'un enfant* » à cause de son métier. Elle justifie le « *choix délibéré* » de ne pas avoir de deuxième enfant par des contraintes matérielles et professionnelles, pour autant elle « *regrette* » parfois de n'avoir eu qu'un enfant.

« D'ailleurs à un moment donné on voulait faire un deuxième enfant, certes, ça aurait été bien qu'on en ait deux et puis ça ne s'est pas fait parce qu'on s'était dit « à notre âge, si ça se fait tant mieux sinon on laisse tomber ». Bon voilà parce qu'on avait compris qu'on avait derrière la maison quand même petite, on n'aurait pas pu rester vivre là et pour les heures d'ouverture, il me le fallait vivre là. Ça voulait dire changer de voiture, enfin un tas de... Le premier j'avais pu l'élever seule. J'avais conscience que pour le second je n'allais pas pouvoir et qu'en plus j'allais avoir beaucoup plus de stress donc peut être une grossesse pas top et c'est vraiment un choix délibéré de ne pas en avoir eu un deuxième. Alors des fois je regrette parce que c'est vrai que c'est bien deux pour l'enfant déjà et pour l'équilibre de la femme (...) ».

Laurence, gérante polyvalente d'Espace Forme

10-1-2-1-2 Une stratégie de positionnement économique limitée

Sa stratégie de positionnement, une « *petite salle de quartier*¹⁹⁴ » proposant du fitness traditionnel, est structurée par le passé incorporé, un ethos indépendant et la fabrique du genre professionnel.

Ce goût pour le commerce, la gestion et l'expérience construite avec son père lui permettent d'avoir une lecture assez fine du marché du fitness, ce qui lui permet de maintenir son activité en tant que salle indépendante dont la gestion relève de l'artisanat, comme pour la plupart des enquêtés dont les salles sont non franchisées.

¹⁹³ Pour rappel, ce point est développé dans la partie « Féminité respectable » du chapitre 7. D'un point de vue historique, la féminité est un habitus de classe nécessitant silence, invisibilité, immobilité et calme associé à l'aristocratie et à la bourgeoisie des femmes « blanches » du 18^e et 19^e siècle (Skeggs, 2016).

¹⁹⁴ Comme aime à le rappeler ses concurrents, ici Maurice le manager de Forméo.

A tous les postes de travail (cours collectifs, suivi musculation, gestion, de l'entreprise, entretien et même restauration pendant une période), Laurence investit son métier sans compter les heures de travail, « *et bien je donnais beaucoup plus d'heures de cours. J'étais ouvert le dimanche au début. Et je donnais des cours même le dimanche midi. Ouais, ouais et je faisais des repas, j'avais un coin resto et je m'occupais de tout. Je pense qu'à l'époque je devais faire plus de 50 heures* ». Sur le mode de la passion, elle réunit tout ce qu'elle aime, « *l'enseignement, la musique, le contact clientèle et la gestion, voilà* ».

Sa carrière professionnelle est néanmoins limitée parce que sa gestion artisanale (limiter la masse salariale, ne pas investir dans des cours franchisés, multiplier les postes de travail, maintenir son rôle de gérante polyvalente, etc) l'inscrit finalement dans une stratégie où elle n'a pas « *le choix* » que de tout faire. Sous les effets de la socialisation continue, son capital spécifique s'est enrichi mais aujourd'hui la relation servicielle s'est transformée « *alors il faut se dire qu'en 1990, la clientèle, les besoins, le contact étaient complètement différents* ». Par ailleurs, elle incarne un modèle de genre qui engendre ce positionnement économique. Cette féminité articulant glamour et respectabilité comme des atouts professionnels, se déploie dans un modèle de genre qui alterne entre rentabilité et coût selon les contextes et montre que la féminité est loin d'être une plénitude.

Considérée comme « *un dinosaure* » dans la profession au niveau local, Laurence mesure largement les bénéfices qu'elle a retirés de ce modèle de genre « *bikini model* » qui « *passerait* » beaucoup moins facilement dans une nouvelle salle aujourd'hui. Cette féminité complice de la masculinité hégémonique n'est pas homogène et témoigne comme pour les hommes, de l'existence d'un habitus clivé dans une trajectoire sociale où cohabitent adhésion et résistance à la domination masculine. De ce point de vue, Laurence illustre un modèle de genre féminin novateur dans la mesure où elle participe à (re)produire l'ordre de genre (avec une corporéité hyper sexuée) mais dans le même temps elle inverse (de manière relative) un rapport de pouvoir dans la sphère professionnelle.

10-2 Les “fit-mums”

Jesper Andreasson et Thomas Johansson (2018) expliquent comment la « glocalisation¹⁹⁵ » du fitness au niveau mondial est agencée selon les variations culturelles. La culture fitness se déploie dans une grande variété de contextes locaux et nationaux (Lloyd, Payne, 2017) et révèle des divergences entre la façon dont cette culture fitness est perçue et ses mises en œuvre, notamment en ce qui concerne le genre, la sexualité et l’ethnicité entre autres (Andreasson & Johansson, 2015; Yang et al., 2005; Nash, 2012). Les auteurs comparent le stéréotype de l’*emphasized femininity*, au Japon et en Australie, pour comprendre l’appropriation et la réception des normes de genre. Alors que la culture japonaise met en avant le « cuteness¹⁹⁶ », la culture australienne exploite de manière importante le concept de « fit-mum ». L’apologie féminine (Theberge, 2000) consiste à valoriser le corps des femmes comme mince et en forme (Nash, 2012), plus spécifiquement chez les jeunes mères, permettant ainsi de susciter/ maintenir le désir chez les hommes hétérosexuels. Caractérisées par leur adhésion à la culture fitness, Delphine, Sophie, Marion et Laura se rapprochent des « fit-mums », d’une part par rapport à leur classe d’âge, à leur adhésion à la culture fitness, à leurs modes de socialisation professionnelle et d’autre part, en relation avec leur statut de jeune mère.

Ces enquêtées rappellent, sous certains aspects, les caractéristiques des journalistes féminines les « one-of-the girls » (Van Zoonen, 2002). Trois styles journalistiques sont décrits pour ces spécialistes de la presse, soit elles se conforment à l’ethos masculin dominant, soit elles revendiquent une certaine féminité tout en cherchant l’égalité, soit elles acceptent de ne jouer qu’un rôle secondaire en se spécialisant sur des questions « féminines » (Schoch & Ohl, 2011). Repris par Fraysse (2013), ces modèles professionnels semblent ainsi spécifiques au sous champ de la presse sportive. Les professionnelles de l’enquête pourraient emprunter des éléments à deux des modèles professionnels décrits ci-dessus. A la fois, elles revendiquent une certaine féminité (valorisation de l’hexis corporelle) tout en cherchant l’égalité (égalité de statut, engagement financier symétrique, atténuation des rôles sexués dans la sphère privée). Et en même temps, elles acceptent de se spécialiser dans les questions « féminines » (sexuation des compétences). Pour elles, il s’agit donc de « rentabiliser » la posture « féminine » (Zolesio,

¹⁹⁵ Selon les auteurs, la « glocalisation » (contraction de global et localisation) signifie l’articulation entre le développement d’un fitness mondial industrialisé et les contextes nationaux, locaux, variés dans lesquels cette culture fitness tend à être mise en œuvre. Cette perspective révèle des distorsions entre les différents pays.

¹⁹⁶ Le culte de la « mignonnerie » est associé à la minceur et la gentillesse pour les femmes, et la dévalorisation de la masse musculaire volumineuse pour les hommes.

2009a), de ne pas empiéter sur des domaines traditionnellement réservés aux hommes (les pratiques de musculation et leur encadrement qui font appel à des connaissances techniques dans le domaine scientifique) et de tenter un dépassement du genre (Le Feuvre, 2008). Le contrôle des outils techniques (Tabet, 1998) laissé aux hommes permet d'éviter la lutte et les critiques inhérentes¹⁹⁷ à l'exercice de leur métier. C'est aussi parce qu'elles se spécialisent dans des questions « féminines » et qu'elles exercent majoritairement dans un entre-soi féminin¹⁹⁸, qu'il convient de négocier une place spécifique de femme parmi les femmes (ou « one-of-the-girls »). Isabel Boni Le Goff (2013) met en parallèle les concepts de régimes de genre (Connell, 1983) et de configurations de genre (Lapeyre, 2006) pour penser les inégalités de genre comme des inégalités sociales à la fois dans la sphère professionnelle (publique) et dans la sphère privée, telle une dynamique à laquelle participe les différents processus sociaux. Cette perspective pertinente permet de distinguer les différences de trajectoires sociales et de carrières pour professionnel·le·s,

Dès lors, il s'agira de définir précisément ce modèle de genre de « fit-mum » et les nuances incarnées par les enquêtées. La socialisation sportive, sexuée et professionnelle contribue à développer une appétence pour la mise en valeur de soi féminine alors que le capital culturel et le positionnement dans le couple viennent questionner l'idéal féminin. L'arbitrage réalisé autour des rôles sexués et du rapport au genre est en grande majorité pour une « égalité ... dans la différence » (Boni-Le Goff, 2013), c'est-à-dire une culpabilité allégée par la mobilisation d'une figure repoussoir, le stéréotype de la « femme qui sacrifie tout ». Complices, ces « fit-mums » tirent leur épingle du jeu grâce à un statut social, et économique, qui nuance, voir inverse, les rapports de pouvoir sans véritablement faire vaciller l'ordre de genre. Les investissements en féminité, spécifiques au sous champ, sont alors transformés en ressources corporelles et comportementales, en capital rentable.

10-2-1 Une appétence pour la mise en valeur « féminine »

Pour Laura, Delphine, Sophie et Marion qui composent ce groupe, la valorisation d'une hexis corporelle féminine s'ancre dans une socialisation sportive et sexuée marquée par la féminisation de soi. La socialisation professionnelle et les dispositions sociales participent à la

¹⁹⁷ Ce point est développé dans la partie « Sexuation des compétences professionnelles », Chapitre 6 « Des modalités spécifiques d'exercice du métier ».

¹⁹⁸ Une salle de fitness est composée en large majorité d'un public féminin, entre 60 et 80 % de la clientèle selon les enquêtés et les chiffres de la presse spécialisée.

stylisation genrée du corps et à des usages professionnels du corps dits « féminins ». Néanmoins, ces professionnelles ne donnent pas toutes à voir les mêmes investissements en féminité qui semblent être en relation avec les modes de socialisation professionnels variés.

10-2-1-1 Une morphologie de sportive

Alors que Sophie et Marion ont une socialisation sportive intense et compétitive similaire et acquièrent un très bon niveau de pratique en gymnastique sportive, leurs gabarits diffèrent. Sophie est grande, musclée et sèche, sa corpulence spécifique augmente la valeur de son capital corporel, comme pour les artistes de cirque (Garcia, 2011) et les danseuses classiques (Sorignet, 2001). Son passé sportif de gymnaste lui permet de bénéficier d'une tonicité et d'un gabarit adéquat au regard des idéaux-types valorisés dans le sous champ. Marion, de taille moyenne, est moins sèche, elle est plus volumineuse musculairement et dispose d'un gabarit de sportive. Delphine se distingue avec une corpulence plus arrondie mais tonique. Ancienne danseuse de modern-jazz, elle pratique pendant 22 ans, de l'enfance à l'âge adulte, jusqu'à un niveau semi-professionnel en compagnie amateur. Elle assume sa morphologie, « *avec des formes* », et « *des petites rondeurs* » « *depuis toujours* ».

Laura est une ancienne volleyeuse de Nationale 2, longiligne de taille moyenne, elle présente un gabarit de sportive, fine sans être ni particulièrement sèche, ni particulièrement musclée et dessinée.

10-2-1-2 Stylisation genrée du corps : entre dispositions sociales et professionnelles

Engagées dans des activités sportives esthétiques (gymnastique sportive, GRS et danse), Sophie, Delphine, Florence et Marion ont incorporé relativement tôt la valorisation de l'apparence, contrairement à Laura, qui a pratiqué des activités mixtes (pluri activités et volleyball) ne la prédisposant pas à ce goût pour l'embellissement. De ce point de vue, les modes de socialisation professionnelle sont au cœur de ce travail de façonnage d'un style qui n'est pas systématiquement développé par toutes celles qui ont vécu une socialisation sportive dite très « féminine ». Sophie et Delphine adoptent un style très caractéristique du fitness, du point de vue de la stylisation vestimentaire, alors que Laura et Marion se distinguent avec un

style sportif assez peu conforme aux normes du sous champ. Leurs dispositions sociales sont alors un élément à prendre en compte pour comprendre ces nuances.

Le style vestimentaire associé aux pratiques sportives n'est pas anodin et participe à normer ce qui est « féminin » et ce qui est « masculin ». De la jupette en tennis (Lefevre et al., 2005) au kimono en judo, la tenue des sportives n'a pas la même valeur symbolique. Dans le sous champ du fitness, la tenue vestimentaire est d'importance puisqu'elle participe volontiers à mettre en scène le façonnage du corps dont la reconnaissance symbolique passe par l'affichage de ce dernier. Les enquêtées sont dotées de vêtements techniques spécifiques aux activités qui permettent de mettre en valeur leur musculature de manière plus ou moins saillante. Les leggings ou pantalon de fitness sont très près du corps, ainsi que les débardeurs de type « dos nageur » laissant apparaître les bras, les épaules et une bonne partie des dorsaux. La proximité du vêtement et de la musculature permet de deviner une morphologie, une corpulence (sèche ou arrondie) et les « formes » féminines (renvoyant aux attributs sexués tels que la poitrine, les hanches, la taille et les fessiers). A l'inverse, les vêtements larges (pantalon style sarouel ou baggy) ne permettent pas de distinguer la corpulence (plus ou moins sèche) et la masse musculaire (plus ou moins dessinée).

Selon les modes de socialisation professionnelle, ce groupe d'enquêtées se scindent en deux. D'un côté Delphine et Sophie expriment avec leur stylisation corporelle une norme du féminin propre à cette culture fitness et influencent en retour le style vestimentaire de leurs adhérentes.

« Un petit peu, je vois dans mes cours de Baïla, moi le style bon je m'en fous un petit peu, c'est plus dans les cours de danse où j'aime bien avoir des vêtements un peu larges, un peu machin pour danser je me sens plus à l'aise, et du coup, je vois j'avais acheté, c'est bête, j'avais des shorts que je mettais par-dessus et j'ai des adhérentes qui ont acheté les mêmes et qui..., je vois bien, qui achètent un peu les mêmes styles de vêtements. »

Sophie, co-gérante de Fit Form

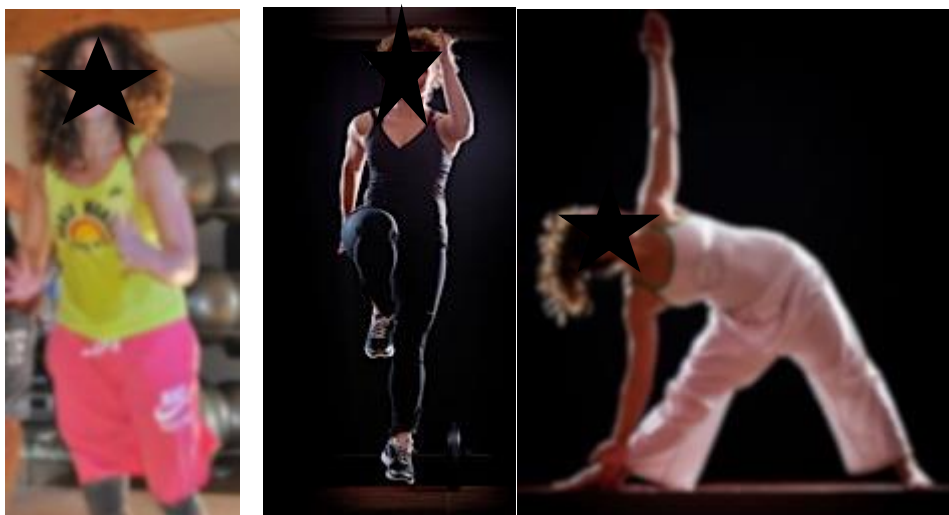
Sophie participe à la normalisation genrée du code vestimentaire qui est, avec le travail du façonnage du corps, une des caractéristiques ostentatoires de cette manière d'être sportive et féminine, « *mais moi la première moi j'ai très peu de vêtements de marque de sport, tout se trouve dans la simplicité. Comme c'est ce qu'on veut apporter à la salle, tout ce qui est, voilà,*

simplicité, convivialité et tout ça, si on est trop dans l'excès, dans les machins, voilà je vais pas me mettre du maquillage ou des boucles d'oreilles, ou des vêtements trop... ». Néanmoins, la fin de sa phrase, *« je vais pas mettre du maquillage ou des boucles d'oreilles, ou des vêtements trop ... »*, suggère qu'elle n'a pas besoin de se parer des artifices de la féminité et laisse entendre que le « *trop* » engage une autre forme de féminité, plutôt associée à la vulgarité¹⁹⁹. Entrée dans le métier directement à l'issue de ses études (Deust Staps Métiers de la Forme), Sophie s'est engagée professionnellement avec la franchise européenne Fit Form, spécialisée dans le fitness (de moyenne gamme) traditionnel plutôt axé sur les cours collectifs (grille de 50 heures de cours par semaine). Ce qui concourt à un mode de socialisation professionnelle spécifique qui ne semble pas particulièrement marqué par des stéréotypes de genre comme pour d'autres franchises (Les Mills®). Elle poursuit avec une expérience en tant qu'animatrice GO au Club Océan.

De manière différente, Delphine montre un attachement au style vestimentaire professionnel très stéréotypé et spécifique des franchises de cours industrialisées (Les Mills®, Zumba®). Delphine met en valeur ses bras et ses épaules, *« elle porte un pantalon large et un haut près du corps de marque sportive. Ses vêtements sont « tendances », elle est légèrement maquillée, les cheveux lâchés très ondulés, quelques mèches relevées pour dégager son visage »* (extrait du carnet ethnographique). Son expérience professionnelle, comme celle de Florent, Benoît et Baptiste est assez typique de ce processus d'identification (plus ou moins important selon les enquêtés) à un groupe, une communauté, la « tribu » Les Mills® (Charissou, 2019) et passe par la production et la mise en conformité d'une corporéité genrée stéréotypée²⁰⁰. Pour exemple, les photos suivantes de Delphine, dans trois tenues différentes : une pour un cours chorégraphié de Zumba® assez rythmé et dynamique, une pour un cours de renforcement musculaire, et la dernière pour un cours de balance mêlant étirements postural, yoga et techniques de relaxation.

¹⁹⁹ Selon Skeggs, associer la vulgarité à une certaine féminité, le « trop » évoqué par Sophie, révèle est un processus de distinction. Entre rapport de classe et de sexe, la respectabilité des femmes constitue une caution morale qu'elle évoque à demi-mots. Cette perspective est supposée car du point de vue de l'enquête, l'origine sociale de Sophie n'a pas été identifiée. Oubliée dans l'entretien, cette question de l'origine sociale constitue un biais méthodologique, même si d'autres éléments peuvent la suggérer, et illustre toute la complexité de mener des entretiens biographiques (voir la partie « méthodologie et enquête de terrain »).

²⁰⁰ Ce point est détaillé dans le chapitre 2.



Photos n°21, Delphine en présentation des différents types de cours collectifs²⁰¹

D'un autre côté, Marion et Laura n'ont pas incorporé cette forme de stylisation genrée du corps. Marion (30 ans), bien qu'ancienne gymnaste, ne valorise pas la féminité par l'hyper sexualisation corporelle et la valorisation de l'apparence tout en faisant une carrière dans le fitness traditionnel avec un attrait particulier pour les cours collectifs, « *Marion dispose d'un style sportswear : pantalon large de marque surfwear, ne se maquille pas, sans sophistication (bijoux, coiffure ou autre). Elle présente plutôt un look décontracté qui n'est pas excessivement sportif* » (extrait du carnet ethnographique). Engagée dans une carrière fitness très rapidement après le baccalauréat, Marion a d'abord travaillé en tant que salariée pour différentes salles franchisées avant de faire le choix de travailler exclusivement pour les associations et les centres de formation au Brevet Professionnel, ce qui lui confère une position à part dans l'espace professionnel du fitness et des modes de socialisation permettant une plus grande distance aux normes vestimentaires et corporelles du sous champ. En effet, le public et la relation servicielle ne sont pas identiques dans les salles de fitness et les associations proposant des cours de fitness.

Pour Laura, le style est plus sportif, « *elle est vêtue d'un jogging et d'un sweat de marque de sport, les cheveux attachés, elle propose un look sportif mais sans montrer une adhésion au style fitness. Elle n'est pas maquillée et semble plus dans la simplicité que dans la sophistication* » (extrait du carnet ethnographique). Elle débute sa carrière fitness à la fin de ses études universitaires (Master 1 Staps) en tant que salariée dans plusieurs salles de fitness (privées et indépendantes puis municipale) avant de choisir d'ouvrir sa propre salle de fitness

²⁰¹ Ces photos sont issues du site internet de sa salle de Delphine.

avec son compagnon (Baptiste). Elle n'est donc pas passé par un mode de socialisation professionnel où la stylisation genrée du corps est particulièrement saillante (spécialisation dans les concepts Les Mills®) et ses expériences professionnelles sont assez courtes, et localisées dans des salles de petites tailles proposant un fitness très traditionnel assez éloigné des grandes salles de fitness urbaines.

Ainsi pour ces professionnelles, filles d'agriculteurs (Delphine), commerçants et/ou entrepreneurs (Laura), ou de familles issues du pôle culturel des classes moyennes (Marion et Sophie) être sportive, compétitrice n'entre pas en concurrence avec la féminité. Bien au contraire, elles façonnent une hexis corporelle valorisée sur le marché du travail (Hidri, 2005) et dans le sous champ où elles s'inscrivent. Le rôle des dispositions acquises dans la socialisation primaire est particulièrement important, avoir grandi dans le pôle économique des classes moyennes et supérieures prédispose souvent à un certain travail de l'apparence (Le Wita, 1988; Mennesson et al., 2016, 2019). Ce travail de l'apparence peut également être mis à distance par les enfants de familles du pôle culturel des classes moyennes (Mennesson, 2011; Mennesson et al., 2016) comme cela semble être le cas pour Marion. Aussi, rien ne semble mécanique dans les processus de socialisation puisque ce ne sont pas les enquêtées qui se sont engagées dans des activités physiques et sportives associées au féminin qui surinvestissent systématiquement une hyper sexualité de l'apparence. Les effets des socialisations secondaires sont indispensables à la compréhension de leurs pratiques (Berger & Luckmann, 1986). Le rapport au corps et les marqueurs sociaux de la féminité initiés par les pratiques sportives et le contexte familial peuvent être amenés à se modifier sous les effets des structures et des agents socialisants.

10-2-1-3 Un rapport au corps de femme

Les usages professionnels du corps par ces enquêtées sont assez classiques, la sexualité des compétences est une des modalités d'exercice du métier. Et les femmes spécialisées dans l'animation des cours collectifs tentent de cette façon de négocier entre un rapport instrumental au corps en tant qu'outil de travail, les critiques inhérentes aux incursions dans le domaine technique de l'encadrement des activités de musculation que les hommes se sont appropriés²⁰² et une posture de professionnelle du fitness.

²⁰² Ce point est détaillé dans le chapitre 7.

De manière contradictoire, ces enquêtées se montrent assez critiques envers la sexuation des compétences professionnelles, mais se satisfont de cette spécialisation « féminine » pour laquelle elles se sentent légitimes. Celle-ci correspond pour partie aux modes concrets d'engagement du corps et aux modalités de pratiques qu'elles ont intériorisées au cours de leur socialisation sportive. Plus ou moins dotées en capital culturel (Baccalauréat, Deust, BTS et Master 1), elles n'ont pas toutes le même rapport aux normes sexuées et optent pour une stylisation du corps permettant de rentabiliser la posture féminine dans le contexte professionnel. Engagée dans les métiers de l'animation (tout comme Laura et Marion), Sophie développe un goût pour le spectacle, le côté « *d'être en représentation* » devient un des aspects du métier qu'elle valorise particulièrement, « *ça me passionne plus que le fitness en lui-même. Ce que j'aime c'est, voilà, c'est donner des cours aux gens, c'est d'être avec du monde, faire un peu... j'aime beaucoup le côté spectacle en fait. Animation voilà exactement, c'est plus le côté animation que j'aime et qui me plaît. Voilà, être en cours voilà, faire des efforts ensemble, rigoler, faire...* ».

Par dépit et résignation mais aussi sous le poids des contraintes économiques, Delphine et Laura doivent se résoudre à assurer quasi-exclusivement les cours collectifs chorégraphiés et laisser l'encadrement des pratiques de musculation à leurs collègues hommes. Frustrées du manque de considération de ses compétences professionnelles sur le plateau musculation, Laura et Delphine évoquent la réticence des hommes à faire appel à leur professionnalisme, « *ils s'adressent systématiquement* » à leurs compagnons avec qui elles travaillent, l'appartenance à la catégorie homme constituant un gage de compétence dans la maison des hommes.

Associé à un rapport instrumental au corps, spécifique pour les sportif·ive·s en général (Wacquant 2000, Schotté 2006, Bertrand 2011) et aussi pour les travailleur·euse·s du sport (Julhe & Haschar-Noé, 2010) l'usage professionnel des corps s'inscrit dans un engagement sur le mode de la passion. Ces caractéristiques traditionnellement associées à la définition du masculin sont très présentes chez les enquêtées et dessinent en creux des rapports aux normes de genre qu'il convient de préciser.

10-2-2 Entre adhésion et résistance, une tentative de dépassement du genre ?

Cette posture d'adhésion aux normes corporelles et à la stylisation genrée du corps spécifique au contexte professionnel peut évoluer tout au long de la carrière en fonction de trajectoire sociale et de la position occupée dans l'espace social du fitness. Entre rentabilité de la posture féminine et qualités « masculines », ces professionnelles mettent en œuvre une

tentative de dépassement du genre (Le Feuvre, 2008). En effet, en mettant à distance certains stéréotypes de genre et les rôles sexués (dans la sphère privée) elles participent à produire des formes hybrides de féminités.

10-2-2-1 Mise à distance des stéréotypes sexués

Du point de vue des représentations symboliques, ces enquêtées s'opposent aux principes de l'idéal-type sous tendu par la mise en valeur corporelle de la « *prof de fitness* ». Sophie précise son point de vue sur les artifices des normes en vigueur dans le sous champ.

« Dans une salle où tu vas voir Les Mills® par exemple où là t'as plus ce côté, t'as plus la panoplie des vêtements, des trucs comme ça, Les Mills® c'est beaucoup sur le paraître aussi, c'est les strass, c'est le coach qui est mis en avant dans ces concepts-là donc il faut que le coach il soit sapé quoi forcément, du coup les adhérents oui ils achètent pareil ».

Sophie, co-gérante de Fit'Form

De la même façon, Delphine et Laura évoquent les diktats des normes corporelles et les injonctions professionnelles. Sandra revient sur le poids des prescriptions liées au métier et la façon dont les professionnelles incorporent les diktats esthétiques : « *avant, moi c'était important que moi je sois un super modèle, tu vois, le corps parfait* ». Elle précise également l'intensité de la pratique professionnelle, lorsqu'elle était soumise à un rythme de travail élevé lorsqu'elle était salariée, « *au moins c'est bien j'avais vachement maigri* ». Ses propos rappellent le façonnage corporel, à la fois désiré et subi, sa perte de poids étant une conséquence des modalités d'exercice du métier, « *cette apparence décontractée, me confie-t-elle c'est pour cacher mes rondeurs, j'ai toujours eu des formes* » (extrait du carnet ethnographique). Laura, pour sa part, ne cherche pas à mettre en avant sa musculature, mais plutôt à camoufler « *les kilos non perdus après la grossesse* ». Elle décrit son manque d'exigences par rapport à une alimentation équilibrée et l'aspect non restrictif de son mode alimentaire, « *... moi il faudrait que je fasse plus attention que ce que je fais. Il me le répète assez souvent, style le pot de Nutella je ne suis pas obligée de l'acheter* » (Laura). Son statut sexué et professionnel, être une « *prof de fitness* » impose de nombreux rappels à l'ordre sur le maintien d'une corpulence adéquate.

Malgré ces injonctions particulièrement fortes, ces enquêtées ne s'y soumettent pas systématiquement et parviennent même à s'en distancier. Sophie est un contre-exemple, son hygiène de vie est à l'opposé des autres enquêtées²⁰³.

« On est sensé avoir une hygiène de vie, on est sensé, ouais ouais, c'est pas trop mon cas. Non. (...) Là maintenant depuis que je suis ici non parce qu'il y a rien à faire mais avant, avant ouais, ouais, j'aime sortir, j'avais tous les vices, je fumais, je buvais, bon j'ai arrêté de fumer ça c'est bien, par contre je le regrette pas, mais ouais ouais je suis quand même assez festive, j'aime pas me priver sur la nourriture, je mange ce que j'aime, je mange pas de viande, d'ailleurs il faudrait que je fasse attention à ça pour ma santé, mais ouais on est sensé, il faudrait avoir une hygiène de vie pour... parce qu'on donne quand même beaucoup, on s'use, on s'use beaucoup donc... »

Sophie, co-gérante de Fit'Form

Ceci rend compte d'un positionnement ambivalent : les mises en scène féminines et investissements en féminité sont ajustées aux situations. Ces femmes négocient entre ethos et mise en conformité (plus ou moins grande) aux normes du sous champ. Elles doivent s'afficher et se conduire pour engendrer de la valeur (Skeggs, 2015), ici, professionnelle. Cette capacité à faire et/ou défaire le genre se réalise en relation avec des dispositions sociales et scolaires spécifiques (Mennesson, 2011 ; Boni Le Goff, 2013 ; Mennesson et al., 2016).

10-2-2-2 Des rôles sexués plus ou moins questionnés

Dans la sphère privée, les assignations de sexe sont moins fortes, elles peuvent être questionnées ou plutôt respectées selon les « configurations de genre » (Lapeyre, 2006) au sein des couples.

Ainsi, ces résultats rejoignent l'idée que la structure des couples, dans ces cas-là plutôt en situation d'hypogamie culturelle, participe à équilibrer et/ou partager de manière plus égalitaire le travail domestique et parental. Même si la mise en couple et les conjugalités sont caractérisées

²⁰³ Sophie dispose d'un mode alimentaire spécifique puisqu'elle est végétarienne ce qui renvoie à une pratique distinctive par rapport aux autres enquêtées.

par une forte logique sociale et une homogamie (Bouchet-Valat, 2015), il semble que l'hypogamie soit de plus en plus présente depuis la fin des années 2000 et participe à redistribuer les logiques sociales et les rapports sociaux de sexe.

Delphine et Nicolas sont un couple où les « configurations de genre » (Lapeyre, 2006) sont atypiques. Ils se font d'une part dans un rapport hiérarchique inversé, Delphine est l'employeuse de Nicolas « *il est mon salarié* », en situation d'hypogamie économique et selon un arbitrage temporel lié à l'ethos professionnel de disponibilité. Dans la répartition du travail domestique Delphine s'investit de manière moins conséquente que Nicolas dans les tâches domestiques dites « féminines », « (...) *lui il fait beaucoup le ménage quand même. Ah oui oui parce qu'en général c'est lui qui passe l'aspirateur, qui passe la serpillère. Moi en tâches ménagères, je dirais que je ne fais que le repassage et encore ça va, ce n'est pas trop difficile parce que du coup on a beaucoup de vêtements en synthétique donc on ne repasse pas. Je fais à manger. Lui, c'est lui qui en général range et tout ça, enfin bon voilà.* »

Sophie et son compagnon (barman) sont également en situation d'hypogamie culturelle et économique féminine, ils illustrent un processus de répartition partiellement égalitaire, « *ça dépend, on varie pour la bouffe, lui fait la vaisselle par contre, ça je ne veux pas toucher à la vaisselle mais je fais le reste, le ménage le repassage la lessive, (...) voilà il aide quand même au ménage, mais voilà moi je fais le linge, j'arrange un peu la maison, on est tous les deux très bordéliques donc il faut qu'il y en ait un qui enlève ça* ». La vaisselle, tâche domestique plutôt mixte (Enquête INED, 2009) pour son compagnon, la prise en charge du linge, traditionnellement réservé aux femmes (Kaufmann, 1992), du ménage et du rangement par Sophie atteste l'abandon par son compagnon de toute activité de rangement (« *il faut qu'il y en ait un qui enlève ça* ») montre qu'il joue au sein du foyer un rôle secondaire.

A l'inverse, bien que disposant d'un capital culturel plus important (car souvent dans ce cas la répartition des tâches domestiques et parentales est plus égalitaire), Laura et son compagnon Baptiste illustrent une configuration de couple très asymétrique. A égalité de statuts professionnels (co-gérants de leur salle de fitness), sans rapport hiérarchique professionnel, et avec un engagement économique égalitaire dans l'entreprise, Laura est assignée à son rôle sexuée de gardienne du foyer et son rôle de mère. Elle évoque l'inégalité de répartition du travail domestique et parental de manière résignée.

« Le lundi matin c'est ma matinée toute seule à la maison. Pour faire du ménage, pour faire les courses. Le lundi après-midi et bien du coup avec la petite, la journée

du mercredi avec la petite et l'après-midi du vendredi, mais non plus maintenant parce qu'elle est à la crèche, et le weekend. Moi le temps libre que j'ai, à part le lundi matin, j'ai décidé de le faire avec Mila. Lui le temps libre qu'il a il le passe tout seul. Ce n'est pas plus mal des fois. (silence) C'est comme ça. (...) La maison. Voilà, (hésitation) la bouffe, les courses, la petite. »

Les rappels à l'ordre moraux, concernant l'évidence de son rôle de mère, invitent à une répartition naturalisée des tâches de parentalité de manière quasi-exclusive. L'intériorisation des rôles sexués est particulièrement saillante dans le discours de son compagnon, « *donc voilà, je suis ici, elle, elle se force à rentrer de temps en temps pour la voir mais... En même temps, c'est normal* ». L'hétérogamie du couple, Baptiste est issu des classes populaires et Laura du pôle économique des classes moyennes, se traduit ici une configuration de genre très inégalitaire. Le compagnon de Laura, incorpore une virilité populaire qui renforce des rôles sociaux hyper sexués²⁰⁴. La mise en couple agit donc par frottement (de Singly, 2016) sur les dispositions sexuées de Laura. Pour elle, la valorisation d'un ethos professionnel commun, et la mise en couple favorisent l'acceptation de ces inégalités. Très clairement, le choix du couple s'oriente vers une plus grande disponibilité de Laura pour la sphère privée et de Baptiste pour l'entreprise, la carrière professionnelle étant préservée pour Baptiste au détriment de celle de Laura « *non, ça va parce que moi je sais que je peux partir de la salle puisque lui il y est 24 heures sur 24* ». Pour Laura se superposent carrière familiale et développement de l'entreprise.

« Voilà à un moment donné, avoir un deuxième enfant c'est quelque chose d'important dans la vie pour moi et pour Laura donc (silence), (...) à un moment donné il faut qu'on fasse des choses qui sont importantes pour notre vie personnelle, notre vie privée donc si la salle doit perdre un peu de sous pour ça, et bien j'estime qu'il faut le faire donc c'est sûr que si elle tombe enceinte (...) Et bien on a regardé les comptes, on a vu que c'était possible, donc effectivement ce ne sera pas de l'argent qui sera pour nous, on paiera quelqu'un pour avoir un enfant et je pense que c'est important. Mais on a regardé les comptes avant de pouvoir le faire ».

Baptiste, compagnon de Laura

²⁰⁴ Voir plus loin.

La mise en question ou le renforcement des rôles sexués au sein des couples, ainsi que les normes et valeurs sexuées, paraissent ainsi intéressantes à étudier dans l'expression de cette féminité. Les modèles de genre fonctionnent comme un moyen tout autant qu'ils traduisent les stratégies de positionnement économique dans le sous champ (Frayssé, 2013).

10-2-3 Stratégies de positionnement économique : des modèles de féminités singulières

De façon distincte, ces enquêtées incarnent des stratégies de positionnement économique qui varient selon les ressources. Les capitaux, culturel, de genre, économique s'articulent aux différents contextes (de couple, de mode de gestion) selon les modes de socialisation professionnelle. Les investissements en féminité sont adaptés en fonction de situations et des interactions, le statut social et la trajectoire sociale des enquêtées permet d'affiner l'analyse de leur rapport aux normes de genre et l'expression de ces modèles de genre.

10-2-3-1 Rapport de pouvoir symétrique et forme de résistance douce : la co-gérance comme modèle économique et symbolique

Laura et Sophie bénéficient d'une trajectoire sociale en adéquation avec leur capital culturel : elles sont cheffes d'entreprise, co-gérantes, Laura avec son compagnon, Sophie avec un associé. Cependant des différences notables, qu'il convient de préciser, mettent au jour la complexité des processus de socialisation. Les différences interindividuelles rappellent que les tentatives de classification ne sauraient être strictes, hermétiques, « le social ne se réduit pas au collectif ou au général, mais gît dans les plis les plus singuliers de chaque individu » (Lahire, 2013).

Sophie, et son associé, ont ouvert une salle franchisée (Fit'Form) et bénéficient d'un mode de gestion assisté et d'investissement rentable. Plus âgé, son associé est une ancienne relation professionnelle, qui est déjà gérant de plusieurs salles de fitness Fit'Form. « Garant » en quelque sorte de la « rentabilité » économique de la salle, Sophie dispose d'un soutien et d'une association économique qui s'appuient sur une excellente connaissance du marché du fitness, « oui donc lui il a la première franchise qu'il a toujours, ensuite il en a pris plusieurs, il en a acheté, il en a revendu, donc là pour l'instant il en a avec celle-ci trois plus une quatrième qu'il va bientôt ouvrir normalement », ce qui n'est pas négligeable lorsqu'elle décide de se lancer en tant que cheffe d'entreprise. Elle n'est donc pas totalement indépendante, les cours sont

également pré-chorégraphiés mais la liberté pédagogique des professionnel·le·s de fitness est « plus » grande « *surtout pour les cours free-style* », sous-entendu par rapport aux franchises de cours internationales qui ont une volonté affichée d'uniformisation des pratiques professionnelles. Ouvrir une salle de fitness franchisée Fit'Form permet de bénéficier d'un suivi et d'un soutien commercial²⁰⁵ (achat de matériel centralisé, formations internes, management et marketing centralisé, audit d'exploitation tous les 6 mois, plan d'implantation, etc). Même si ces salles de fitness proposent (pratiquement) toutes des plannings de cours identiques, il n'y a pas de volonté affichée d'uniformisation, notamment au niveau de la stylisation vestimentaire. Le choix de Sophie est à la fois déterminé par son mode de socialisation professionnelle débutée au sein de cette franchise, et son ethos, qui indique une volonté d'indépendance, « *moi je lui avais dit écoute moi après le club travailler en tant que salariée ça m'intéresse pas trop par contre monter quelque chose, voilà parce que les patrons, les chefs et les chefs chefs chefs y en a un petit peu marre. Je veux être mon propre chef là* ».

Son rapport aux normes de genre est distancié, elle propose une stylisation genrée conforme aux normes du sous champ tout en revendiquant une distance aux injonctions sociales et culturelles, dans leurs formes les plus autoritaires. Assez éloignée d'autres enquêtées qui surinvestissent leur engagement au travail (de manière plus ou moins subie), la stratégie de positionnement développée par Sophie lui permet de faire un métier « *passion* » et d'obtenir une trajectoire sociale ascendante. De manière concomitante à son capital culturel, son rôle sexué, dans la sphère privée et professionnelle, est peu différencié, elle s'occupe de « *tout sauf de l'aspect financier* » qu'elle lègue à son associé à distance. Ses investissements en féminité limités sont donc en adéquation avec son ethos. Sophie se satisfait des « *questions féminines* » au travail (par goût), c'est-à-dire des cours collectifs chorégraphiés, parce que le statut de la co-gérance polyvalente et la division du travail d'encadrement des client·e·s le lui permettent et montre une complémentarité de genre²⁰⁶, « *moi je suis très cours co, un peu moins plateau, je voulais voilà quelqu'un qui me complète, qui soit plus plateau, si elle peut être très cours co aussi c'est très bien mais du coup je voulais vraiment avoir ce point-là plateau, qu'elle soit vraiment calée et elle c'est son truc, elle adore ça, du coup ça m'a aussi rassurée dans le sens où voilà on sera deux filles mais bon on assure quand même y a pas de soucis sur le plateau de musculation* ». De cette manière, le statut social de co-gérante permet de revendiquer une

²⁰⁵ Ce point est détaillé dans le chapitre 6.

²⁰⁶ Sophie est co-gérante polyvalente avec un associé qui est à distance de la salle de fitness. Il est co-gérant d'un point de vue financier, sur place Sophie assure son travail de gérance et partage celui d'encadrement des clients avec sa salariée.

certaine féminité tout en cherchant l'égalité professionnelle (statut et rapport de pouvoir symétrique : engagement financier équivalent, pas de hiérarchie). Ce processus a déjà été mis en évidence dans d'autres contextes professionnels, au sein des rédactions journalistiques (Schoch & Ohl, 2011; Fraysse, 2013), chez les expert·e·s en management (Boni-Le Goff, 2013).

Chez Laura, ce processus se traduit différemment. A statut professionnel équivalent avec son compagnon, co-gérants polyvalents, le contexte professionnel et privé est fortement marqué par un renforcement des rôles sexués. Si l'égalité professionnelle est recherchée, c'est d'abord dans les rapports de pouvoir professionnels, non hiérarchiques bénéficiant d'un engagement économique symétrique et d'une organisation du travail peu ordonnée. La division sexuée du travail d'encadrement des clients est rendue possible par un moindre investissement dans l'entreprise pour Laura et, en contrepartie, une plus grande présence de son compagnon au travail. Cet arrangement de genre s'articule avec un choix de couple : privilégier la carrière familiale pour Laura et la carrière professionnelle pour son compagnon. Ainsi, Laura se réserve les compétences professionnelles, elle assure le travail « féminin » d'encadrement des cours collectifs chorégraphiés et son compagnon le travail plus technique d'encadrement des client·e·s en plateau musculation. La naturalisation à l'œuvre pour les compétences professionnelles se retrouvent pour les tâches domestiques et d'éducation et la sexuation des rôles au sein de la sphère privée.

Dans ce couple pourtant en situation d'hypogamie féminine culturelle, les normes de genre sont travaillées par le couple en défaveur de Laura. Le modèle de genre masculin de son compagnon semble participer à produire des rapports sociaux asymétriques. Les investissements en féminité se déclinent selon les contextes et sont assez minimes pour Laura du point de vue de la stylisation genrée du corps.

Laura et Sophie mettent à profit une stratégie de positionnement économique marquée par une forme de résistance douce à la structure sociale de la domination, dont Sophie semble tirer davantage de bénéfices que Laura. Ce tant au niveau professionnel que personnel, Laura et Baptiste étant engagés dans un mode d'investissement et de gestion beaucoup plus hasardeux que Sophie et son associé. Celui-ci nécessite un engagement au travail plus important avant de devenir rentable économiquement, ce qui se fait, de manière classique dans le cas des couples privés et professionnels, au détriment d'un des deux membres du couple (Bertaux-Wiame, 2004a; Bessière & Gollac, 2007; Samak, 2017), le plus souvent la femme, même si celle-ci dispose de ressources variées et dans la plupart des cas supérieures à celles de son conjoint.

10-2-3-2 La gérance et un rapport de pouvoir inversé

Delphine comme Laurence est gérante-polyvalente de sa salle de fitness. Si ces deux femmes ont un statut social similaire, leur trajectoire ne l'est pas pour autant.

La socialisation professionnelle de Delphine a débuté (avec Véronique) chez ForméO, où elle a été entièrement formée aux cours à concepts Les Mills®. Aussi, lorsqu'elle quitte (plus ou moins volontairement) l'entreprise pour s'installer à son compte et créer sa salle de fitness, elle opte pour une salle indépendante mais avec un nombre important de cours franchisés. D'une famille d'agriculteur-rice·s, aînée de la fratrie (1 sœur et 1 frère), Delphine précise avoir peu d'appétences scolaires, « *scolairement parlant, je n'ai jamais été une lumière... Enfin une lumière. Je n'ai jamais été la tête dans les bouquins* ». Avec un BTS (Action commerciale) elle travaille comme vendeuse dans une boutique de vêtements jusqu'à sa bifurcation vers un métier du sport, proche de la danse, sa pratique sportive et son loisir depuis toujours. Son expérience dans une grande salle locale (ForméO) lui permet de définir ses conceptions et sa volonté de travailler « librement » plus adaptée à son ethos.

Elle décide d'ouvrir une salle indépendante en milieu rural, pour permettre à tous d'accéder au fitness, sous-entendu le fitness qu'elle connaît le mieux et pour lequel elle a acquis un capital spécifique important, « *mais c'est mon but aussi, enfin c'est quand j'ai créé la salle, ce que je voulais c'est vraiment, voilà, faire découvrir aux gens ce que c'était le fitness, parce qu'ici c'est quand même rural donc pour eux le fitness c'était Véronique et Davina* ». Positionner les cours franchisés Les Mills® en milieu rural est inhabituel, ce type de fitness très dynamique se retrouve davantage dans les grandes villes. L'adéquation entre la zone de chalandise (l'implantation locale de la salle), le tissu économique local et la population visée met en avant le pari risqué de Sandra. Très couteux les « concepts » de cours ont un impact sur le prix de l'abonnement mensuel, les salles proposant ce type de cours se situent dans les salles moyennes voire haut de gamme. Multipliant les postes de travail dans l'entreprise, elle assure les cours collectifs et la gestion de l'entreprise (à part la comptabilité qui est externalisée). Bénéficiant du soutien et du suivi de la franchise des cours, elle peut compter sur des actions commerciales de marketing particulièrement efficaces²⁰⁷. Cet investissement économique conséquent est

²⁰⁷ Les cours Les Mills® pré-chorégraphiés sont délivrés pour 3 mois, à l'issue la « relance » trimestrielle de chaque concept de cours s'effectue de manière publicitaire avec des animations autour des cours (remix de plusieurs cours, cours en duo, animation dans la salle, challenge autour d'un concept, etc). Ce processus marketing permet de mettre en avant les nouveautés et de rappeler la clientèle.

également une stratégie de marketing qui permet aux salles indépendantes d'obtenir un management visant à optimiser et développer la salle de fitness.

Accompagnée par ses parents qui représentent un appui familial²⁰⁸ important (économique et social), Delphine ouvre sa salle fitness de manière indépendante, uniquement avec son conjoint en tant que salarié (il ne possède pas de parts dans l'entreprise), « *rien parce qu'on ne sait jamais et puis comme mes parents se sont vachement investis, je préfère que ce soit, pas que je ne lui fait pas confiance, mais je ne sais pas, on n'est jamais à l'abri de quoi que ce soit donc du coup, bon voilà* ». Le couple, privé et professionnel, met en place des « configurations de genre » spécifiques (Lapeyre, 2006), Delphine est l'employeuse de Nicolas, ce qui introduit un rapport hiérarchique entre les deux membres du couple. Même, « *s'il est plus qu'un employé* », Delphine précise « *là on travaille en couple. Ce n'est pas toujours évident à gérer (rires) (...) Donc voilà, déjà c'est moi la patronne donc du coup ...* ». Delphine bénéficie ainsi d'une trajectoire sociale ascendante, avec un capital social et économique plus élevé que son conjoint. Issus tous les deux de familles modestes des classes populaires, leur capital culturel est équivalent, ainsi que leurs modes de socialisation professionnelle. Ils ont tous les deux investi une spécialisation dans le parcours de formation du fitness industrialisé (Les Mills®), ce qui leur confère la reconnaissance du groupe de pairs et des revenus supplémentaires, notamment pour Delphine qui poursuit une double carrière de cheffe d'entreprise indépendante et de « *pro-instructeur* » dans la firme.

De façon plus euphémisée que Laurence, Delphine semble également engagée dans sa carrière professionnelle sur le mode de la virilité (Le Feuvre, 2008). Avec un modèle familial de l'entrepreneur « hérité », un investissement en féminité relativement conforme à ses dispositions sexuées, et aux normes de genre liées à la position qu'elle occupe dans l'espace des salles de fitness, Delphine participe à fragmenter cet idéal féminin. A l'analyse « le modèle de pourvoi des revenus, les pratiques en matière de division du travail domestique, les formes prises par l'arbitrage temporel et, la plus ou moins grande centralité accordée à la sphère professionnelle » (Boni Le Goff, 2013, p.516) ont un effet sur l'expérience conjugale et familiale. L'inversion des rôles sexués dans la sphère professionnelle, un rapport hiérarchique au sein du couple, rendent complexe et difficile à tenir ce statut de cheffe d'entreprise. Il semble

²⁰⁸ Ils investissent dans la SCI du local (terrain et construction de la salle).

que pour Delphine, « le prix à payer » se traduit par la conciliation entre carrière professionnelle et carrière conjugale²⁰⁹.

Nettement moins investie dans une hyper sexualisation de l'apparence que Laurence, Delphine révèle l'expression d'une féminité rentable en tant que professionnelle du fitness mais dont l'engagement dans la carrière professionnelle constitue un rappel à l'ordre de sa catégorie de sexe. Être une femme féminine, respectable semble difficile à concilier avec un statut social venant questionner l'ordre de genre.

10-2-3-3 Marion, un cas atypique

Les perceptions et représentations de la féminité varient selon les enquêtés, en fonction des modes de socialisation professionnelle, de la situation de couple, des capitaux mais aussi en fonction de la classe d'âge.

Marion, tout juste la trentaine, exerce depuis moins de 5 ans le métier de professeur de fitness. Volontairement désengagée de toute ambition d'ouvrir sa salle, elle se consacre à délivrer des cours collectifs, exclusivement pour les associations ce qui lui permet de vivre de manière satisfaisante son métier sans les contraintes liées à la gestion d'entreprise.

« Et bien à long terme, je ne me vois pas 60 ans dire « 4-3-2-1 on monte à droite » (rires). Déjà je trouve que ton image c'est important. Je ne me vois pas à 60 ans encore faire ça. » Maintenant, pour l'instant, j'ai l'impression que je suis encore dedans. Je ne sais pas jusqu'à quand. »

Marion, salariée

Comme elle le précise, elle ne se voit pas à « 60 ans encore faire ça » et sous-entend que ce métier est un métier de « jeune » où « l'image c'est important ». Sans mettre en avant une stylisation genrée du corps hyper sexuée, Marion considère que le vieillissement ne peut s'accorder à une image favorable en tant que professionnelle du fitness. Au début de sa carrière elle a déjà effectué des choix professionnels, salariée dans une grande salle franchisée, elle met fin à cette expérience professionnelle pour suivre son conjoint militaire contraint à une mutation et travaille dans les associations (situation qu'elle juge plus lucrative et moins chronophage). Très lucide sur les possibilités de carrière dans le fitness, Marion écarte

²⁰⁹ Delphine et Nicolas se séparent à la naissance de leur deuxième enfant, Nicolas restera ensuite moins d'un an à travailler avec Sandra avant de quitter l'entreprise.

d'emblée la possibilité d'ouvrir sa salle. Estimant, suite à son expérience en stage pré-professionnel, que le jeu n'en valait pas chandelle²¹⁰, elle pose donc les jalons d'une façon d'exercer le métier, de faire carrière en tant que « jeune prof », dans un milieu où elle n'envisage pas de vieillir. Pour cette enquêtée qui a commencé sa carrière dans le fitness après l'obtention de baccalauréat, être une professionnelle du fitness revient à articuler style de vie, disponibilité familiale et conjugale grâce conversion d'un capital sportif en profession (Chevalier, 2003; Julhe & Haschar-Noé, 2010). Elle semble mettre à distance les normes de genre du sous champ, parce que ces dispositions sociales (pôle culturel des classes moyennes) y sont favorables et parce que les modalités d'exercice du métier (la relation servicielle du travail en association est différente de celle en salle de fitness) le permettent. Elle développe ainsi une stratégie de positionnement atypique qui mérite néanmoins d'être présentée pour comprendre les différentes façons dont le féminin se déploie dans cet espace social.

L'analyse des interactions permet d'identifier des rapports de pouvoir inversés, des tentatives de dépassement du genre, des négociations entre « virilité » et carrière atypique. Bref, ces enquêtées explorent toute l'ambivalence des formes de féminité qui permettent de tirer des bénéfices de cette relation de complicité et occasionnent également des coûts, différents selon les histoires de vie.

10-3 La « mothering femininity »

Les travaux de Jesper Andreasson et Thomas Johansson (Andreasson & Johansson, 2013, 2014, 2018) sur les pratiquant·e·s et professionnel·le·s du fitness participent à l'étude de la production du genre dans le sous champ. A partir d'une étude de cas et de l'analyse de l'emphasized femininity au travers de la blogosphère (2013), ils ont identifié trois modèles de genre féminin chez les pratiquantes (voire influenceuses) de bodybuilding et/ou fitness athlétique. Ces trois types de pratiquantes participent à redéfinir les normes de genre et de la féminité dans le fitness. Le premier blog, « training like a (wo)man », propose un modèle de genre qui tend vers une redéfinition et (re)classification de ce que signifie la performance féminine et être une athlète féminine. Ici, la masculinité hégémonique n'est pas contestée, la perception binaire des compétences et des corps sexués est renforcée avec des représentations stéréotypées de la « féminité maternante », « mothering femininity » (Heywood, 1998). Le

²¹⁰ Voir Partie 3.

deuxième blog, « become » a bikini model », est une position négociée entre tendances à une conformité sexuée (la pratiquante se présente comme une mère et épouse dévouée, cherchant à atteindre une sensualité recherchée par les hommes) et transgressions de genre contemporaines (pratiquer une activité sportive plutôt « masculine » mobilisant poids, haltères, et développant la puissance et la force). La troisième position est, selon les auteurs, plus subversive dans la mesure où le genre est lu de manière différente. Dans une perspective féministe, ce blog, « feminist fitness » propose une forme de rejet du dualisme à l'intérieur de chaque genre, et encourage à se défaire de la féminité opprimée et exacerbée.

Aussi, la notion et la représentation très stéréotypée de la « mothering femininity » est très intéressante dans le cadre de l'enquête, tout comme le « bikini model » déjà évoqué. Que ce soit au niveau micro ou macro social, cet idéal-type est bien présent dans le sous champ et renvoie aux pratiquantes d'un certain âge. Être une femme féminine âgée implique donc de revêtir une posture spécifique et soulève les questions de la visibilité du corps féminin dans l'espace public lorsque l'on n'appartient plus à la catégorie des « jeunes » et des façons de faire le genre, tout au long de la carrière en tant que professionnelle.

L'expression de cette « féminité maternelle » semble d'emblée enfermer les femmes dans un rôle sexué, celui de mère. En réalité, « rester » féminine, ne prend pas la même signification et ne renvoie pas aux mêmes configurations de pratiques, corporelles et comportementales, pour l'ensemble des enquêtées de ce groupe. Les rôles sexués sont questionnés ou renforcés, tout comme l'adhésion aux normes de genre du sous champ, selon les modes de socialisation professionnelle, les dispositions sociales et la part des capitaux détenus par les professionnelles. La socialisation conjugale participe à la variation de ce stéréotype et la trajectoire sociale met au jour l'articulation des carrières professionnelles et familiales. Finalement, entre féminité et tentative de dépassement du genre, Véronique, Martine, Nicole et Sandrine explorent des stratégies de positionnement économique dans le soft fitness. Celles-ci vont de la résistance active à une résistance plus douce au fitness industriel plutôt cible des « jeunes » (mis à part le cas de Véronique, en adhésion au fitness franchisé international). La rentabilité de la posture féminine varie ainsi selon les contextes professionnels et les situations.

10-3-1 « Rester féminine »

Dans ses travaux, Skeggs (2015) précise à propos des investissements en féminité, que les femmes étudiées (des jeunes femmes des classes populaires) se soucient de leur apparence dans leur jeunesse. Dans un second temps, cette préoccupation tend à perdre de sa centralité avec la

naissance des enfants, les investissements se sont déplacés (Bourdieu, 1979). D'une part, elles n'ont plus besoin « d'avoir l'air féminine et sexy » parce qu'elles ne sont plus sur le marché matrimonial et d'autre part la respectabilité est assurée par leur statut de mère.

Pour les professionnelles du fitness, « être féminine » demeure un investissement tout au long de la carrière. Qu'il s'agisse des représentations symboliques, des rapports de pouvoir, des modalités concrètes d'interaction et/ou de la division sexuée du travail, la production du genre professionnel fonctionne comme un capital et représente une ressource économique. Qu'il soit conforme ou non aux normes dominantes dans le sous champ, le capital de genre est un des éléments des stratégies de positionnement économique des professionnelles.

Malgré le vieillissement des corps, inévitable (Joanette et al., 2011), ces professionnelles maintiennent une corporéité genrée assez conforme à l'idéal-type du soft fitness, voire de manière atypique au fitness industrialisé pour Véronique. L'enjeu pour ces enquêtées est donc « de rester féminine », ce qui requiert une certaine configuration de pratiques corporelles. Les dispositions sportives, acquises lors de la prime socialisation, associées aux effets de la socialisation professionnelle participent au maintien d'un gabarit de « sportive ». La stylisation genrée du corps norme cette « mothering feminity » selon les dispositions sociales et le capital culturel détenu, alors que les usages professionnels du corps renvoient aux modes de socialisation professionnelle et à l'économie corporelle en relation avec l'âge des enquêtées.

10-3-1-1 Morphologie et dispositions sportives

Toutes investies dans le sport de compétition, gymnastique sportive (Sandrine, Nicole), gymnastique rythmique et sportive et natation (Véronique) ou danse (Martine), ces professionnelles ont façonné un corps de sportive. Elles ont un gabarit conforme aux normes corporelles du sous champ et ont intériorisé des dispositions sexuées favorables à l'embellissement lors de la pratique intensive de ces pratiques dites « féminines ».

Ci-dessous, Sandrine (55 ans, gérante polyvalente) sur sa brochure publicitaire, est photographiée en activité. Petite, mince et musclée, elle a pratiqué la gymnastique sportive à très bon niveau (finale de championnats de France). Disposant d'un capital corporel et sportif, elle donne à voir le long travail de façonnage du corps par la pratique sportive, même si elle précise avoir changée « *et bien c'est-à-dire, bon moi j'avais un physique, j'étais beaucoup plus mince déjà, j'avais un physique de sportif* ».



Photo n°22, Flyer promotionnel de Sandrine, gérante polyvalente de Zen Studio

De la même façon, Nicole et Martine se donnent à voir comme des sportives « âgées », c'est-à-dire musclées mais avec un relâchement des tissus liés à l'âge (Joanette et al., 2011). Martine est une ancienne danseuse professionnelle et Nicole a pratiqué la gymnastique sportive à bon niveau.



Photo N°23, Martine gérante polyvalente d'Équinoxe²¹¹

De manière différente, Véronique est beaucoup plus sèche et musclée que les autres femmes de groupe, du même âge, sa socialisation sportive est marquée par des pratiques sportives intenses, compétitives et sexuées (natation, gymnastique rythmique et sportive, danse).

Toutes les 4 débutent une carrière fitness de manière précoce après le baccalauréat ou après la fin des études universitaires et montrent, à contrario des représentations, que la carrière fitness peut être longue et que le métier n'est pas seulement un métier de jeune.

²¹¹ Photo issue du site internet de la salle.

10-3-1-2 Stylisation genrée du corps : une conformité maintenue

Le plus souvent, les sportives sont invitées à se montrer « féminines » par un travail de l'apparence qui prend la forme, selon les contextes, de véritables « croisades morales » (Mennesson, 2005). Pour les professionnelles, l'emphasized femininity est au cœur des normes de genre, et la nécessité de paraître féminine fait partie des compétences professionnelles. Elle passe par la production d'une corporéité genrée spécifique où le travail de l'apparence, la ritualisation de la féminité (Goffman, 1977), la stylisation vestimentaire sont des axes majeurs de la mise en scène de cette féminité. Celle-ci varie, selon les enquêtées, en fonction des modes de socialisation professionnelle, des dispositions sociales et de l'âge.

Entre les dispositions acquises, le développement du goût pour l'esthétisation de soi et un habitus de genre féminin, les corrélations ne sont pas systématiques, Bernard Lahire insiste sur le potentiel hétérogène, voir contradictoire des dispositions, il évoque « le nuancier complexe des dispositions » (Lahire, 2002, p.403). Outre l'origine sociale, pour ces enquêtées, c'est également la trajectoire sociale et professionnelle qui structure cette stylisation genrée du corps et l'expression d'une féminité moins exacerbée. Aussi, ces professionnelles s'éloignent de l'emphasized femininity, et se rapprochent d'un idéal-type de féminité, retrouvé dans le soft fitness et caractéristique de cette classe d'âge, à l'exception de Véronique.

La stylisation genrée du corps se distingue selon les contextes professionnels, le type de salles et le type de fitness proposé, certaines pratiques nécessitant une présentation de soi plus ou moins hyper féminisée. Pour ce groupe, Laurence, Martine, Sandrine optent pour une stylisation genrée du corps très sobre.

Spécialisée dans le soft fitness, Martine n'accorde pas une grande importance au style vestimentaire « *après on n'a pas du tout de code vestimentaire, de choses où il faut être bling bling du tout (...) un caleçon un tee-shirt c'est très bien surtout comme vous êtes bien. Ah ouais non, non la tenue vestimentaire, le machin à la mode, non surtout pas* ». Elle met avant les valeurs auxquelles elle fait référence -le bien-être, la simplicité- et refuse un quelconque code vestimentaire. De manière plus implicite, elle rejette les modèles de genre du fitness industrialisé où l'apparence et la stylisation corporelle participent aux normes de genre hyper sexuées, « *autant dans le fitness on sait, c'est comme ça, c'est bling bling, c'est tout ce qu'on veut (...). Non mais voilà c'est un peu ce que je regrette dans toutes ces grandes franchises qui*

veulent coloniser tout ça et qui veulent américaniser aussi tout ça ». Sur la photo en amont, Martine est vêtue d'un legging et un tee-shirt sans manches noir, de manière assez sobre, elle n'investit pas la féminité au travers de ses artifices, tels que le maquillage, la coiffure stylisée, les vêtements à la mode ou les bijoux, tout comme Nicole (ci-dessous).



Photo n°24, Nicole co-gérante polyvalente de Gym Land²¹²

Sandrine (photo plus haut) se tient à distance de l'hypersexualisation de soi, elle évoque la socialisation familiale et des dispositions sexuées inversées (Mennesson, 2004a, 2005c, 2007b), *« j'ai toujours été au milieu avec mes frères, j'étais plus garçon manqué qu'autre chose. Je n'ai jamais eu d'amies. J'ai eu une amie dans ma vie mais je n'ai jamais été entourée de copines. Je n'ai jamais été dans des relations très filles sur les fringues, les machins »*. Alors que sa socialisation sportive participe, de manière traditionnelle, à un renforcement des dispositions « féminines », Sandrine semble avoir investi sa pratique sportive davantage dans la dimension compétitive qu'esthétique. De cette façon, elle n'a pas participé à cette forme de socialisation secondaire, au sein du groupe des filles, où la production des normes de genre est associée à une classe de sexe et une classe sociale (Skeggs, 2015).

²¹² Photo d'un article publicitaire dans un journal local.

La production de ces féminités n'est pas linéaire, et cette « mothering femininity » semble se rapprocher du féminin neutre, c'est-à-dire qui ne mise pas sur la sexualisation du corps comme argument de vente. Boni Le Goff (2013) fait référence à la difficulté, pour les consultantes, de ne pas être « enfermées » par les stéréotypes féminins. En comparaison aux « hommes tout gris », pour ces expertes il s'agit de se « mettre en conformité » tout en ayant conscience qu'elles sont plus « visibles » que leurs collègues et doivent travailler de façon très précise leur esthétique. De « madone » à « bimbo » la classification de ces stéréotypes participe à l'attribution d'une étiquette sociale. Avec un style très sobre, ces professionnelles ne tentent pas de mettre en valeur certaines parties du corps (les attributs de leur catégorie de sexe : la poitrine, les hanches, les fessiers), leur style vestimentaire n'est pas associé à un type de cours, ainsi elles se préservent d'une partie des stéréotypes féminins et des effets qu'induisent l'interprétation de cette classification genrée (Collet, 2006; Schütz, 2006; Boni-Le Goff, 2013; Skeggs, 2015; Hochschild, 2017).

Véronique, elle semble à la marge, sans véritablement s'inscrire dans le « bikini model ». Elle est la plus âgée des enquêtées et pourtant se distingue d'une féminité associée au soft fitness. Particulièrement sèche et musclée, l'hexis corporelle de Véronique souligne avant tout son gabarit de sportive : legging de marque de sport, tee-shirt dos nageur, baskets assortis, coiffure structurée, maquillage, nail art et bijoux. Ces dispositions « féminines » à la stylisation vestimentaire et aux pratiques d'esthétisation de soi (maquillage, coiffure, ongle vernis) reflètent des dispositions sexuées acquises dans des pratiques sportives dites « féminines » telles que la GRS (Mennesson et al., 2012) où le travail de l'apparence est particulièrement développé. Les effets conjoints d'une entrée précoce dans le métier et d'une socialisation professionnelle particulière (très investie dans les parcours de formation spécifique Les Mills®) participent à l'incorporation d'un genre professionnel. Cette féminité est classante (Skeggs, 2015) d'un point de vue social (Véronique est issue d'une famille²¹³ du pôle médian des classes supérieures) et par rapport aux autres femmes de sa classe d'âge. Véronique court-circuite les codes genrés de la représentation féminine « âgée » du soft fitness et valorise une stylisation genrée du corps, proche de celle des « fit-mums ».

Ces enquêtées, à la longue carrière dans le fitness, valorisent des corporalités « âgées » mais enviables, « *j'aimerais bien être comme toi, ça j'entends souvent* » (Martine), « *c'est sûr que les clients aimeraient bien me ressembler je pense* » (Sandrine). Cet aspect met en évidence

²¹³ Le père de Véronique est pharmacien, sa mère est au foyer.

l'importance que cela revêt d'un point de vue économique, ces professionnelles font de leur âge une valeur ajoutée à leur professionnalisme. Cela les rend « visibles » et « en mouvements » et révèle tout le paradoxe de la place attribuée au corps des femmes dans l'espace public en général et professionnel en particulier. Entre invisibilité et « hypervisibilité » (Woodwards, 2006), les femmes sont souvent réduites à leur âge ce qui tend à renforcer l'asymétrie des rapports sociaux de sexe. Dès lors, ce groupe de professionnelles rentabilise une certaine féminité associée à leur âge et à leur statut social qui a évolué tout au long de la carrière. Finalement pour ces enquêtées, le capital culturel initial n'est pas déterminant dans la plus ou moins grande mise à distance des normes de genre du sous champ, elles tiennent ensemble respectabilité et féminité par une posture de professionnelle et de cheffe d'entreprise. Mais comme pour les autres groupes d'enquêtées, ce travail de façonnage de soi est continu et se plie aux contraintes, fortes en matière de corporéités, de ce régime de genre. Par exemple, Martine évoque la rentabilité d'une hexis corporelle conforme à son statut de professionnelle, ce qui passe par des pratiques alimentaires contrôlées, « *alors oui, ah oui, l'alimentation, l'alimentation oui oui je fais très attention. Oui ça fait partie complètement du bien-être, et alors après justement on donne des conseils aussi aux gens pour s'alimenter autrement parce qu'ils nous demandent (...)* ».

Les héritages sexués (Lahire, 2001), dit autrement les habitudes et croyances incorporées conditionnent les possibilités de négociation des enquêtées en termes d'investissements en féminité. Celles-ci sont associées aux dispositions sociales, et en fonction de leur origine sociale et de leur déplacement dans l'espace social, ces professionnelles donnent à voir des manières de rester « féminine » variées.

Pour Nicole, Martine et Sandrine, le statut de cheffe d'entreprise participe à modifier la structure et le volume des capitaux détenus et ainsi leur position dans l'espace social. Nicole et Martine disposent du baccalauréat et du BEACPC (Nicole) ou BEGDA (Martine) et Sandrine seulement du BEES Gymnastique sportive et BEES MDF. Cette dotation en diplômes scolaires et professionnels participe à augmenter le capital spécifique, de manière conjointe à un engagement dans la carrière précoce et l'ouverture d'une salle de fitness indépendante. Ces enquêtées disposent ainsi d'un statut social de cheffe d'entreprise qui leur a permis un

déplacement dans l'espace social, notamment pour Sandrine d'origine sociale très modeste²¹⁴ sans autres ressources que son capital sportif qu'elle a réussi à convertir en profession.

Pour Véronique, davantage dotée en capital culturel (Maîtrise Staps) que les autres femmes de ce groupe, son statut spécifique « *la femme du patron* » implique l'expression d'une féminité qui recouvre respectabilité, position sociale et position professionnelle. Elle montre ainsi l'expression d'une féminité distinctive qui ne pourrait s'accommoder d'une hyper sexualité de soi. Sans être trop féminine, avant tout sportive et compétitrice, l'hexis corporelle de Véronique constitue un marquage symbolique qui la positionne à part dans la hiérarchie de la respectabilité (Skeggs, 2015). En effet, sans être cheffe d'entreprise, mais salariée²¹⁵ de l'entreprise de son mari, elle est associée à la représentation de « *la patronne* ». Elle incarne la volonté « d'être et rester féminine » par la production d'une corporéité genrée du corps plutôt atypique pour son âge et par les usages professionnels de son corps.

Ces professionnelles (mis à part Véronique) montrent une résistance aux normes de genre du sous-champ d'une part compte tenu de leur âge et du déclassement qui lui est associé, à fortiori dans le sous champ, et d'autre part, parce qu'elles ont choisi de développer une forme de fitness spécifique, le soft fitness. Faire carrière dans le fitness n'est pas incompatible avec une féminité distante de l'emphasized femininity. Ces choix sont à repositionner dans les trajectoires des enquêtées, mais l'intérêt est de montrer que la stylisation genrée du corps peut se décliner différemment à l'intérieur du sous champ.

10-3-1-3 Un usage professionnel du corps...qui s'impose

Au-delà de « tenir son corps », « lui faire une place », le « présenter aux autres », le « mouvoir » est une des caractéristiques de l'hexis corporelle (Bourdieu, 1980) qui permet de se positionner dans le sous champ. L'évolution de l'hexis corporelle est consubstantielle de l'avancée en âge des enquêtées, par conséquent « se mouvoir » fait référence à l'utilisation d'un corps changeant et vieillissant qu'il est nécessaire de préserver. Et pour les enquêtées qui ne disposent pas d'autres perspectives professionnelles, c'est-à-dire une longue carrière dans le

²¹⁴ Pour rappel, Sandrine est la 5ème enfant d'une fratrie de 7, elle a 4 frères et 2 sœurs. Issue d'une famille des classes populaires, son père était ouvrier et sa mère sans profession.

²¹⁵ Par conséquent, ce statut de salariée constitue un déclassement compte tenu de son ancienneté dans le métier (32 ans), dans l'entreprise (plus de 20 ans) et de son niveau de diplôme (Bac +4).

fitness, et l'absence de diplômes ou de compétences dans d'autres secteurs, la stratégie professionnelle s'organise autour d'un repositionnement corporel qui s'impose, plus ou moins.

La réorientation de leurs pratiques professionnelles, plus douces, moins énergétiques, a suivi les signes du vieillissement corporel et de la diminution d'un corps performant. Martine l'évoque ainsi, « *j'en avais ras le bol de faire du fitness et tout ça, de bouger comme une malade, les années arrivant aussi eh bien voilà je me suis lancée sur cette technique que je trouve de plus en plus super* », tout comme pour Nicole et Sandrine, dont l'avancée en âge a permis de se positionner spécifiquement sur les parts de marché du soft fitness.

A la marge dans ce groupe, se définissant comme une « *vraie* » professionnelle, Véronique fait preuve d'un ethos compétitif dont les dispositions sportives et la socialisation universitaire constituent le terreau. Dans le même temps, elle exerce son métier selon une modalité sexuée, se spécialise dans les cours collectifs donc du côté du registre de l'animatrice et adhère totalement aux franchises mondiales du fitness, notamment « Les mills® ». De manière assez contrastée avec une socialisation sportive « féminine », elle développe par ce mode de socialisation professionnelle, un usage professionnel du corps proche des qualités associées au « masculin ». Qu'il s'agisse du BodyPump®, Bike®, Attack® ou Combat®, ces pratiques professionnelles sont intenses à forte mobilisation énergétique, mobilisant force et endurance. Être féminine, sportive et professionnelle tout au long de la carrière paraît donc difficile à tenir, mais aux vues de la longévité de Véronique dans ce métier, cela n'est pas impossible.

Ces professionnelles ont un engagement physique conséquent et non négligeable, « *globalement je donne, allez... entre 10 et 15 heures de cours en comptant tout, au bout d'un moment j'ai 53 ans et le corps il voulait plus trop ...* » (Martine). A tel point que lorsque les blessures surgissent, elles peuvent remettre en cause l'engagement dans la carrière, le statut social de chef d'entreprise et les ressources financières des enquêtées, « *oui, oui oui, surtout qu'il y a deux ans j'ai eu un gros gros pépin au dos, je me suis faite opérer l'an dernier et là pendant deux ans ça a été est ce que je reste, est ce que je continue parce que j'étais dans la douleur tout le temps, et donc je me suis (...) oui oui j'ai pensé à vendre, j'ai pensé à arrêter.* »

Cependant, cette étape n'épargne personne, et si Véronique semble particulièrement attachée à rester ultra concurrentielle en tant que professionnelle du fitness, elle n'échappe pas ce repositionnement du point de vue des pratiques professionnelles, en se spécialisant dans le yoga, le Pilates® et la relaxation pour la fin de sa carrière.

« Oui oui par exemple le Step j'ai dû l'arrêter vers 42 ans, l'Attack, non, parce que l'Attack, je devais déjà avoir 40 ans quand on a dû prendre la licence et moi j'ai quand même un gros problème de genou. Beaucoup d'impacts, donc non. Le Body Combat® je l'ai enseigné pendant des années, mais bon là c'est pareil je l'ai arrêté, toujours par rapport au genou. Donc... j'en ai 56. Donc oui voilà, donc c'est vrai qu'il y a des disciplines que j'ai commencées, avant j'enseignais un peu comme tout le monde, 4, 5 concepts, là je suis à trois concepts chorégraphiques. »

Véronique, salariée de ForméO Montplaisir

Cette stratégie s'inscrit dans un contexte propice à un réel engouement pour les pratiques plus douces, préservant l'intégrité physique des pratiquant·e·s et des professionnel·le·s, à rebours des pratiques tendances basées sur une hyper consommation énergétique et le modèle du jeunisme.

Ces professionnelles participent à mettre à distance les stéréotypes de l'idéal-type de féminité tout en légitimant d'autres formes de la féminité « âgisée » et enviée. Visibles, en mouvement, elles définissent une autre « divine maîtrise de soi » (Skeggs, 2015) qui se manifeste à la fois dans l'apparence et dans la conduite. Les genderisms professionnels et les rôles sexués dans la sphère privée apportent un éclairage supplémentaire et permettent d'affiner cette analyse.

10-3-2 Complices malgré elles ?

Ces professionnelles définissent des modalités concrètes d'interaction où la séduction n'est pas totalement exclue des genderisms professionnels, *« tout à fait, ah oui tout à fait. Alors de plaisir, je sais pas peut être que ça se fait malgré moi c'est fort possible, oui tout à fait, après moi j'ai vraiment surtout envie qu'ils restent mais pour eux et qu'ils trouvent quelque chose qui leur va bien ici donc peut être oui qu'effectivement y a ce jeu de séduction qui se fait quand même »* (Martine).

Sans évoquer directement le jeu de la séduction corporelle et comportementale, l'attirance « naturelle » et les normes hétérosexuelles participent à une superposition du sexe, du genre et de la sexualité, *« ouais et puis en même temps c'est normal. On se doute qu'il y a le côté séduction, interprété séduction parce qu'on a des métiers de forme (...) le risque du métier,*

ouais c'est sympa. Non je plaisante » (Nicole). De la même façon, Sandrine en appelle à ses souvenirs et met en avant les parades sexuées (Goffman, 2002) auxquelles participent les professionnelles du fitness, « bon plus maintenant parce que je pense que j'ai passé l'âge mais à l'époque où j'ai connu mon mari justement. J'avais une vingtaine d'années, je travaillais dans une salle, et un jour je finissais un cours et il y avait la salle de muscu à côté donc les gens qui faisaient la muscu voyaient nos cours, que des hommes déjà, donc c'était un petit peu le show à l'époque. Un jour, il y a un fleuriste qui est venu avec un bouquet de roses, il y avait 100 roses ».

Cependant, si cette dimension est souvent évoquée avec un sourire ou des rires, elle reflète la reconnaissance et l'approbation de la féminité par le regard masculin (Skeggs, 2015), ce à tous les âges et tout au long de la carrière fitness. La double disqualification liée à l'âge et à une remise en cause totale de la féminité serait trop coûteuse d'un point de vue économique. Mais cela ne signifie pas qu'aucune remise en cause n'est possible, et de ce point de vue les rôles sexués tenus par ces professionnelles dans la sphère privée offrent une perspective intéressante pour comprendre la dynamique de ces féminités complices. Si Connell (1995) évoque cette complicité uniquement pour les masculinités, les données permettent de l'utiliser aussi pour les féminités. En ce sens, que les enquêtées sont également complices de la masculinité hégémonique et participent de manière implicite à renforcer la structure sociale de domination. Bien sûr, cela ne veut pas dire qu'elles y souscrivent de manière totalement volontaire, mais dans ce contexte professionnel il paraît très risqué de s'y opposer totalement. Cette complicité prend ainsi plusieurs formes : l'hyper spécialisation professionnelle (sexuation des compétences), façonnage et gouvernance des corps pour une mise en conformité sociale et sexuée, participation au jeu de la séduction et par là renforcement de la puissance sexuelle des hommes et essentialisation des rapports sociaux de sexe.

10-3-2-1 Socialisation conjugale et rôles sexués très hétérogènes

La sphère privée est révélatrice de l'adhésion ou de la mise à distance des rôles sexués culturellement et socialement attribués aux hommes et aux femmes. Le partage des tâches domestiques et parentales contribuent souvent à des tensions dans le couple surtout lorsque ces rôles sexués, essentialisés, sont questionnés. Boni Le Goff (2013) se demande comment se construisent au fil des trajectoires des choix professionnels, familiaux, conjugaux et s'interroge sur les effets agencés de ces « choix ». L'autrice montre, dans le cas des expertes en conseil et management, que la socialisation primaire participe à la construction d'un modèle de genre

« hérité » et que les carrières féminines s'articulent aux choix et agencements entre les différentes formes de travail (productif et reproductif) et les différentes carrières. Les négociations et arrangements autour des tensions temporelles inhérentes à ces choix permettent de comprendre les pratiques et manières de faire de l'ethos professionnel (Lapeyre & Le Feuvre, 2009). A ce sujet, et selon les espaces professionnels, les modes de résolution de ces tensions peuvent varier et être plus ou moins favorables aux femmes (Lapeyre, 2006).

Les enquêtées de ce groupe laissent entrevoir la façon dont le couple participe à structurer, en plus des modèles de genre « hérités », la répartition de travail domestique et parental. Si les dispositions sociales façonnent ce modèle de genre « hérité », la configuration des couples hypogamie féminine (culturelle et/ou économique) et/ou homogamie participent à les nuancer voire à en produire de nouveaux moins asymétriques.

Les couples en situation d'homogamie (Nicole et Serge, Martine et son époux) se distinguent par une négociation des rôles sexués.

Nicole et Serge, ont le même capital culturel, la même position dans l'espace social et travaillent en couple privé (jusqu'à leur divorce) et professionnel. L'arbitrage temporel est alors négocié autour de la répartition du travail de co-gérant polyvalent et des tâches domestiques et parentales. Cet ethos professionnel commun et partagé rend compte d'une symétrie entre les membres de ce couple. Sans rapport hiérarchique et à égalité de statut (professionnel et social), Nicole explique les arrangements réalisés concernant les tâches parentales et plus tard lors de la garde partagée de leur fille.

« Oui, très très bien la répartition, c'est-à-dire que dès que je pouvais je rentrais avec le bébé (rires). Ça nous accompagne bon et puis après là, tout au début on finissait la salle à 21h, le temps de manger, 21h30, donc moi je rentrais dès 21h15, 21h20 et Serge arrivait à 22h des fois, le temps qu'il range, machin, donc c'était... Voilà. Pas de famille sur place pour garder la petite de façon spontanée, en disant « bon, tiens », parce que quand vous avez un bébé, un petit enfant, il faut le faire garder le soir de 18h à 20h30, ce n'est pas évident, donc après système D, on avait une jeune fille qui est venue ici, qui la gardait sur place pendant qu'il y avait les cours, qui lui faisait faire les devoirs. Pendant ce temps-là, voilà, elle avait les devoirs de fait, je l'ai laissée très très tôt à la maison, enfin chez moi après, voilà, très tôt, je la ramenaient de l'école à 16h30 j'allais la chercher, 16h20, je revenais, je la ramenaient de l'école, goûter, comment, qu'est-ce que tu as à faire, je revenais,

18h cours, je rentrais 20h30-21h, il fallait qu'elle soit douchée, que les devoirs soient faits et qu'on ait plus qu'à diner ensemble, voilà. Sauvegarder quelques petits moments de vie comme ça. Ah c'est vrai que ça demande... (rires) »

Nicole, co-gérante de Gym Land

L'emploi du terme « articulation » est préféré à celui de « conciliation » car il « est à mieux à même de renvoyer à une perspective d'égalité entre hommes et femmes puisqu'il ne s'agit plus de privilégier une sphère au détriment de l'autre » (Dauphin, 2016, p. 90). Sandrine Dauphin revient sur le débat, ouvert dans les années 1990-2000, entre les termes de conciliation et d'articulation des sphères privées et professionnelles. Dans cet article, l'auteur explique bien que la « conciliation » mettait en avant l'idée de conflit entre les deux sphères et supposait un « libre-choix » pour les mères entre maternité et travail, faisant fi des contraintes sociales qui pèsent sur ces choix, en particulier pour les femmes (Junter-Loiseau, 1999). Aussi la « conciliation » et « l'articulation » opposent les représentations liées aux familles pour le premier terme et celles liées aux droits des femmes pour le second. Ainsi, l'articulation renvoie alors à une perspective d'égalité entre les hommes et les femmes et supprime l'idée de hiérarchie et de conflit entre les deux sphères. Pour le cas de Nicole, les arrangements de genre dans lesquels s'inscrit le couple permettent de questionner les rôles sexués classiques.

De la même manière, le cas de Martine et son époux montre également une tentative de dépassement du genre. Plus doté en capital culturel, son époux (ingénieur agricole) est un appui familial important. Martine en tant que cheffe d'entreprise s'est déplacée dans l'espace social, aussi le couple s'inscrit dans une situation d'homogamie relative du point de vue des capitaux sociaux et économiques. Le projet d'ouverture de la salle de Martine est un projet assumé financièrement par le couple, aussi l'articulation des temps professionnels et familiaux, conjugaux structure la répartition des tâches domestiques et parentales, « (rires) oui quand c'est 20 H oui j'arrive à 21 H chez moi souvent, eh bien mon petit mari chéri il m'a fait à manger, non, ça au début ». Martine précise également que le passage à l'indépendance est envisagé alors que les enfants sont grands, « je l'aurais pas fait avec les enfants ». La carrière familiale a supplanté la carrière professionnelle dans un premier temps. Par conséquent, la configuration de genre du couple privé peut avoir évolué dans le temps et parvenir à une tentative de dépassement du genre. L'engagement de son époux dans la vie de l'entreprise est également significatif de ce point de vue. Alors que dans d'autres espaces professionnels au sein des couples (Bertaux-Wiame, 2004a; Bessière & Gollac, 2007; Samak, 2017) la conjointe investit

du temps (plus ou moins, voire pas du tout, rémunéré) dans l'entreprise, ici la situation inverse est remarquable.

« Il est ingénieur à la chambre d'agriculture mais il a toute sa formation de gestion, de comptabilité, donc il m'a énormément aidée, c'est lui qui faisait tout au départ et puis petit à petit, je lui ai dit écoute tu vas m'expliquer, tu me dis comment il faut faire parce que petit à petit il faut que j'y arrive il faut que je le fasse donc on faisait la comptabilité à tous les deux, on faisait tout tous les deux, on faisait toute la publicité tous les deux, on a fait tous les plans parce qu'en même temps il dessine très bien, donc on a tout fait tous les deux au départ on a été validé par un architecte, et petit à petit il m'a laissé de plus en plus faire toute seule, voilà et maintenant je fais tout toute seule. »

Martine, gérante d'Equinoxe

Sans véritablement parler de rôles sexués inversés, Martine et son conjoint parviennent à articuler les sphères privées et professionnelles dans un rapport symétrique et équilibré. Le capital culturel initial ou la dotation scolaire (Kellerhals et al., 1982) ne semble pas déterminer de manière mécanique la négociation des rôles sexués au sein des couples. En revanche, Martine et son conjoint se positionnent plutôt du côté du pôle culturel que celui du pôle économique des classes moyennes²¹⁶, et le rapport aux normes de genre est davantage questionné dans ce groupe social (Mennesson, et al. 2016).

Assez différemment, Sandrine et son conjoint illustrent une situation conjugale très asymétrique. Largement imprégnée du modèle de genre parental « hérité » (Court et al., 2016), Sandrine s'inscrit dans un rôle sexué particulièrement marqué par les dispositions sociales et l'inégalité de statut au sein du couple privé. Fille d'une famille nombreuse et d'origine modeste, Sandrine semble avoir intériorisé dès le plus jeune âge le rôle de « seconde mère », « *oui, enfin moi ma maman était comme ça aussi donc je l'ai fait automatiquement. Je l'ai fait sans poser de questions, sans arrières pensées, comme si c'était normal. Bon, on suit un petit peu l'éducation qu'on a reçue même si parfois à l'adolescence on veut lutter, on dit « jamais je ne*

²¹⁶ Martine est une ancienne danseuse professionnelle, elle a évolué en compagnie professionnelle avant de bifurquer vers le fitness. Une de ses filles est médiatrice culturelle et l'autre éducatrice sportive. On peut donc avancer que le couple et la famille de Martine sont plus proches des « médiateurs » que des « techniciens » (Van Zanten, 2009), plus dotés en capital culturel qu'économique.

serai comme ma mère », et bien au final on refait les mêmes choses, on reproduit le même schéma, c'est inconscient, c'est comme cela et forcément dans ma vie, là où j'ai mes enfants, je me suis complètement calquée sur ma mère ou ma mère a servi mon père pendant toute sa vie, elle n'a jamais travaillé, bon elle a eu sept enfants ». Les travaux sur la répartition des tâches domestiques réalisées par les enfants au sein des familles montrent bien que celui-ci est inégale et genrée, « produits d'un apprentissage précoce, régulier et sur le long terme, elles engendrent des pratiques qui ont « toutes les propriétés des conduites instinctives et en particulier l'automatisme » (Bourdieu, 2000) » (Court et al., 2016, p.73), elles sont vécues dans les classes populaires sur le « mode de l'évidence » (p.74). Aussi c'est « naturellement » qu'elle interrompt sa carrière (congé parental) pour s'occuper de ses enfants, « j'ai mis ma vie professionnelle entre parenthèses pour être là auprès de tout le monde et ça je l'ai fait sans contreparties, avec générosité et avec amour ». La plupart du temps, cette essentialisation du rôle de mère est rendue possible « non pas pour soi mais pour d'autres et toujours au nom de la nature, de l'amour, du devoir maternel » (Kergoat, 2000, pp. 35-44). Gardienne du foyer, elle prend en charge la totalité des tâches domestiques et parentales. Particulièrement efficace comme « femme du vétérinaire » elle accepte ce rôle de mère et épouse, entièrement dédiée à sa famille, et permet ainsi à son mari de valoriser sa carrière professionnelle.

« Mon mari arrivait avec son cartable, il avait son repas de prêt. Ça a duré vingt ans. J'étais la femme du vétérinaire et je crois qu'au début je ne pensais pas, enfin je l'ai fait naturellement mais il y a eu les enfants et ça a continué comme ça et jamais on ne s'est posé et jamais on ne s'est dit « tiens, est ce que tu aimerais faire quelque chose ? Jamais il n'y a eu ce genre de choses et pourquoi il n'y a jamais eu ce genre de choses, parce que ça lui convenait tout à fait, donc du coup la maison, le fonctionnement de la maison, enfin quand je dis que je me suis occupée de tout, c'est de tout. Lui ne savait pas où étaient rangés le sel et le poivre à la maison, en gros c'est ça. »

Sandrine, gérante de Zen Studio

La situation de Sandrine s'inscrit dans un modèle de « féminitude » (Le Feuvre, 2008), c'est-à-dire basé sur l'acceptation du patriarcat. Seul pourvoyeur de fond du foyer, son conjoint incarne le « male first breadwinner », c'est-à-dire que le déséquilibre en termes de revenus favorise l'accent mis sur la carrière professionnelle masculine. La différence de dotation scolaire (vétérinaire et niveau baccalauréat) ainsi que l'origine sociale de Sandrine participent à

renforcer le rôle sexué, sans véritable possibilité de négociations. Elle représente le « pilier » de la famille, « *ce projet est né, et bien c'est une envie que j'avais depuis très longtemps donc que j'ai mis un peu entre parenthèse parce que j'ai mon mari qui est très, comment dire, qui me prend beaucoup d'énergie dans ce qu'il fait. On a eu trois enfants (...) du coup, j'attendais que mon temps arrive et puis j'ai attendu jusqu'à ce que mes enfants quittent le nid* ». En taisant ce qui pourrait troubler la tranquillité conjugale, Sandrine participe à accentuer la structure sociale de la domination et montre un rapport aux normes de genre ambivalent entre des dispositions sexuées presque inversées, une enfance marquée par une posture de garçon manqué au sein de la fratrie, et un rôle sexué essentialisé et réduit au statut de mère et gardienne du foyer, avec un engagement tardif dans une carrière de gérante polyvalente indépendante dans le soft-fitness. A ce titre, la socialisation conjugale semble particulièrement enveloppante pour Sandrine, dont le retour à l'emploi et l'ouverture de sa salle de fitness ne sont pas facilités par sa famille. Moins présente au sein du foyer, Sandrine fait état des difficultés au sein de la sphère privée suite à l'ouverture de son entreprise. Ceci ne permet pas une redistribution des tâches parentales et domestiques, ni une négociation de la configuration de genre dans laquelle le couple est inscrit depuis un certain nombre d'années. Lucide, Sandrine est assez critique sur la double contrainte d'être une femme active et une mère.

« C'est le souci des femmes qui travaillent. Soit, elles travaillent trop donc ça devient des mères indignes, soit elles sont à la maison et ça devient des femmes objet ou des femmes de ménage on peut dire, donc quand une femme est carriériste c'est critiquable, quand une femme est à la maison, ça aussi, (...) mais c'est marrant, dans notre société une femme qui ne travaille pas (..) tu n'existes pas sinon, enfin tu n'existes pas, oui, tu n'as pas ta place. Tu as ta place au foyer mais tout ce que tu peux faire n'a pas de valeur. »

Sandrine, gérante de Zen Studio

Véronique ne dispose pas des mêmes capitaux que Sandrine et ne présente pas la même trajectoire sociale. Mais là aussi la socialisation conjugale participe à renforcer des rôles sexués et un rapport aux normes de genre traditionnel. Dans son cas, les choix relatifs et agencements entre les différentes formes de travail, productif et reproductif, résultent des « configurations de genre » (Lapeyre, 2006) mais également en large partie des modèles de genre « hérités » marqués par la socialisation primaire, les cadres normatifs et pratiques de division du travail au sein du couple parental (Boni Le Goff, 2013). Avec une mère au foyer, 3 frères et sœurs et

un père pharmacien, Véronique semble avoir incorporé le modèle de genre parental spécifique du male first breadwinner de type patriarcal, au sein d'une famille du pôle économique des classes moyennes, « *il (son mari) met les pieds sous la table. Il est tellement pris par le boulot que voilà quand il rentre, déjà lui il rentre tard* ».

Plus dotée en capital culturel que son mari²¹⁷, « *il s'est formé sur le tas* », Véronique incarne un modèle de « féminitude » où les arrangements conjugaux, qui structurent la vie du couple et les dynamiques de carrière, répondent favorablement aux injonctions sociales de la féminité maternelle/maternante. Son discours légitime et naturalise cette répartition inégalitaire des tâches domestiques et parentales en fonction de la catégorie de sexe. D'autre part, elle parvient à aménager son temps de travail, contrairement aux autres employées, Véronique dispose de ses soirées « *non, elles (les employées) ont une soirée de libre mais généralement on n'en accorde pas plus* » et s'allège ainsi de ce qui rend complexe la prise en charge du travail parental et d'éducation dans ce métier.

« Ah oui ça c'était mes conditions. Ah parce que j'avais assez attendu, j'avais assez attendu pour... là comme j'ai dit à mon mari c'est pas pour... pour rentrer à 21 heures le soir c'est des horaires quand même compliqués. Donc si t'as pas ton conjoint qui lui fait le relais c'est compliqué. Donc à un moment donné j'ai dit à mon mari OK toi tu peux pas y être alors moi je vais y être mais j'ai pas attendu 45 ans pour avoir une fille parce que maintenant qu'elle est enfin là c'est pour en profiter. »

Véronique, salariée de ForméO Montplaisir

La maternité apparaît difficile pour les professionnelles, « *lorsque l'on est une femme dans ce milieu-là, ça reste compliqué* » précise-t-elle. La culpabilité et la peur d'être une « mauvaise mère » (Gojard, 2010) sont des préoccupations diffuses mais toujours là, elles se superposent aux injonctions sociales faites aux femmes quant au rôle sexué nécessairement associé à la maternité. Ne pas avoir d'enfant participe à remettre en cause la féminité, rend les femmes suspectes de favoriser leur carrière professionnelle au détriment de la carrière familiale. Et

²¹⁷ Ancien rugbyman professionnel dans les années 1980, Pascal Langlois entame sa reconversion professionnelle dans la vente de porcelaine alors qu'il met fin à sa carrière au club de Roquenard. A son arrivée dans les Landes, il assure la gestion d'une cafétéria dans un centre commercial. Mettant à profit une association fructueuse avec un grand entrepreneur/investisseur local, il se lance dans la gestion d'une salle de fitness franchisée (Bouge !) avant d'ouvrir sa propre salle indépendante. Très vite, il en ouvre deux autres et développe une offre de cours franchisés (Les Mills®) de renommée internationale. Ses salles proposent ainsi des prestations de standing.

alors que l'arrivée (tardive) d'un enfant n'est pas sans conséquences sur l'équilibre du couple (Debest et al., 2014), la charge mentale de la gestion des sphères privées et professionnelles reste largement attribuée des femmes²¹⁸, mettant ainsi en veille leur ambition, ce qui impacte leur carrière et leur trajectoire sociale (Boni Le Goff, 2013).

Christine Mennesson (2007) explique, pour les professionnelles du sport, que la mobilisation du capital de genre ne recouvre pas systématiquement les dimensions corporelles et comportementales. En fonction du capital culturel détenu par ces femmes, le recours, à l'une, ou l'autre, ou aux deux dimensions du capital de genre, s'observe selon les contextes et les modalités d'interaction. En l'occurrence pour Véronique le bénéfice d'un capital culturel élevé (pour sa catégorie d'âge et sa catégorie de sexe) ne l'incite pas à questionner les normes de genre dans le contexte professionnel et les rôles sexués dans la sphère privée.

Ce modèle de genre illustre la façon dont féminité et maternité sont largement associés dans les représentations. Pour ces enquêtées, les coûts de cette féminité s'expriment majoritairement sur les carrières professionnelles et les trajectoires sociales.

10-3-4 Longévité dans la carrière fitness : une stratégie de positionnement économique, corporelle et familiale

La « mothering feminity » revient à analyser la fabrique du genre chez les professionnelles plus âgées et sa dynamique sur le long terme. Le maintien de la carrière fitness a un coût corporel, aussi « rester féminine » revient pour ces professionnelles à occuper un segment de marché spécifique, le soft fitness. Cette stratégie de (re)positionnement économique dessine en creux l'ensemble des contraintes, économiques, corporelles et familiales qui pèsent sur ces professionnelles.

10-3-4-1 Sandrine et Martine, un positionnement en résistance

Ces professionnelles plus que les autres se distinguent par un positionnement en résistance. D'une part, elles s'opposent au fitness industriel et démarrent un projet de création d'entreprise dans un secteur ultra concurrentiel, de manière indépendante, et d'autre part, elles

²¹⁸ Hélène Hirata et Pascale Molinier rappellent que la guerre domestique des configurations conjugales égalitaires passe par l'externalisation des soins aux enfants et des tâches domestiques, « hier ils (les hommes) avaient une épouse-femme de ménage, aujourd'hui leur épouse a une femme de ménage » (Hirata & Molinier, 2012, p. 11).

s'éloignent des idéaux-types de l'idéal féminin et participent à remettre en question les normes hypersexuées du sous champ.

Gérantes polyvalentes, elles s'engagent dans l'aventure d'un métier à fortes contraintes (corporelle et temporelle) à plus de 45 ans. Le passage à l'indépendance et le projet d'ouverture de salle de fitness se réalisent lorsque « *les enfants quittent le nid* ». Ainsi, la carrière professionnelle mise en sommeil au profit de la carrière familiale prend un nouveau départ, mais avec des trajectoires différentes.

Martine, avec l'appui (matériel et symbolique) et le soutien de son conjoint et de sa famille parvient, après 10 ans d'ouverture, à stabiliser la rentabilité économique des investissements du couple. Sandrine, elle, ferme après 2 ans d'exercice, avec des dettes. Le déséquilibre familial et conjugal produit par le passage à l'indépendance aboutit aux effets inverses de ceux souhaités par Sandrine, « *oui, parce que lui (son mari) n'attend que ça que je regagne le foyer. Quand je suis fatiguée, c'est tout juste s'il ne se frotte pas les mains* ». Devenir cheffe d'entreprise n'est pas synonyme de reconnaissance symbolique, ni de valorisation professionnelle au sein de son couple et de sa famille. L'appui de son conjoint est ambiguë : d'une part, il assure la viabilité du projet avec un investissement financier au nom du couple et d'un autre part, il se satisfait de l'échec du projet de Sandrine, « *il ne veut surtout pas porter le chapeau. Pour lui sa mission est remplie* ». Son conjoint reproduit ainsi une logique de domination symbolique et économique, le rapport de pouvoir financier entre les membres du couple participe au déséquilibre du couple.

Incarner cette « *mothering feminity* » apparaît plus coûteuse pour Sandrine que pour Martine. La trajectoire de Sandrine est descendante (de cheffe d'entreprise, elle (re)devient mère au foyer), elle montre l'impossible articulation des carrières professionnelles, familiales et conjugales lorsque les membres du couple sont engagés dans des rapports sociaux de sexe asymétriques et qu'ils ne partagent pas d'ethos professionnel commun. Sa trajectoire scolaire assez courte (équivalent bac) et son faible capital culturel peuvent également concourir à amplifier ces désavantages, devenir cheffe d'entreprise ne semble pas s'improviser. Pour Martine, la trajectoire sociale est ascendante et permet un reclassement économique et social de cet enquêtée aux vues des possibilités d'emploi offertes par ses diplômes (scolaire et professionnel).

10-3-4-2 Nicole, résistance douce et positionnement de couple

L'ouverture de salle est ici un projet commun, réalisé il y a plus de vingt ans. En couple privé et professionnel, Nicole et Serge partagent leur passion du sport, leur engagement dans une carrière fitness et leur vie privée. L'égalité de statuts, d'investissement financier et un ethos commun leur permet de maintenir le couple professionnel après leur séparation. En résistance au fitness franchisé et industrialisé, Nicole est assez distante des normes de genre du sous champ. La production d'une corporéité genrée n'est pas associée à une sexualisation du corps féminin, et son style sobre limite les investissements en féminité. Nicole est engagée dans une sexuation des compétences professionnelles, mais précise assez finement que cette division sexuée du travail d'encadrement des clients est à son avantage, « *je pourrai remplacer Serge beaucoup plus facilement qu'il ne pourrait me remplacer moi* ». D'une manière symbolique, elle oppose une forme de résistance douce à la domination masculine, en se positionnant de cette façon, plus employable et rentable pour l'entreprise.

La co-gérance et la répartition du travail dans la sphère privée et professionnelle relativement équilibrée et symétrique permet à Nicole de ne pas avoir à choisir entre carrière professionnelle et carrière familiale, la carrière conjugale, elle, a subi les effets d'une trop grande porosité entre les espaces et temps professionnels et privés.

Le repositionnement de Nicole vers le soft fitness est une stratégie économique compte tenu de l'engouement pour les pratiques douces dans le fitness, et c'est également une stratégie corporelle (qui s'impose). A la fois, Nicole dispose d'un capital spécifique important (plus de 25 ans de carrière dans le fitness) et, dans le même temps, son capital culturel ne lui offre pas d'autres perspectives d'emploi. Se dessine une trajectoire sociale ascendante, être cheffe d'entreprise représente une modification des ressources, du volume et de la structure du capital social et économique. De manière assez homogène avec son style de vie et son ethos, la stratégie de positionnement de Nicole montre que tout au long de la carrière, le genre est une ressource mobilisable.

10-3-4-3 Véronique, « la femme du patron »

Le modèle de genre incarné par Véronique est également déterminé par son statut social, en tant que « femme du patron », elle dispose d'une position particulière où les dimensions corporelles et comportementales du capital de genre recouvrent un rôle sexué essentialisé.

Sa carrière professionnelle reflète une situation qui pourrait être considérée comme un déclassement par rapport à son titre scolaire (Baccalauréat + 4), mais qui ne l'est pas d'un point de vue économique et symbolique. Sa position sociale de « *femme du patron* » lui permet d'obtenir une position hiérarchique par rapport à ses collègues. Implicitement elle n'est pas « *une simple salariée* » ce qui permet, au sein du couple privé, la négociation de son temps de travail et des horaires. Dans une situation financière confortable (son mari est le PDG d'une holding financière regroupant les sociétés de ses 3 salles de fitness) Véronique peut continuer de vivre sa passion pour le sport. Salariée depuis de nombreuses années dans une grande salle de fitness locale, très orientée vers le fitness franchisé et industrialisé, Véronique s'est spécialisée dans les cours collectifs (Les mills®) très dynamiques ciblant les personnes actives et un certain type de rapport au corps. Les pratiques, en rapport avec la recherche d'une dépense calorique, telles que le footing (le fitness) sont « strictement hygiéniques (...) hautement rationnelles et rationalisées », elles font partie des « styles de vie » des classes privilégiées qui ont tendance à « traiter le corps comme une fin » (Bourdieu, 1984). L'investissement dans ces pratiques et la rentabilité symbolique du capital corporel renforce l'argument commercial de ces activités « exigeantes », « haut de gamme » et « efficaces » dont Véronique se fait la spécialiste.

« Mais c'est vrai que oui, le client, le client va forcément s'identifier, forcément. Je veux dire, moi aujourd'hui qui arrive en âge, c'est sûr qu'il y en a, ils se disent, ou mes coaches, les jeunes coaches, ils se disent : ah mais moi si c'est pour être comme ça à ton âge mais je signe de suite. »

Véronique, salariée de ForméO Montplaisir

De manière distincte aux autres professionnelles de ce groupe, Véronique se positionne en adhésion aux normes de genre du sous champ, au fitness industrialisé et aux rôles sexués. Les effets de la socialisation professionnelle et de la socialisation conjugale semblent ainsi contradictoires à ce qui caractérise les personnes, et de manière plus marquée les femmes, qui ont réalisé des études universitaires (Kellerhals et al., 1982), c'est-à-dire une résistance à l'assignation des rôles sexués et à l'obligation de l'entretien de l'époux. En l'occurrence pour Véronique le bénéfice d'un capital scolaire élevé (pour sa catégorie d'âge et sa catégorie de sexe) ne l'engage pas à questionner les normes de genre dans le contexte professionnel et les rôles sexués dans la sphère privée.

La fabrique du genre professionnel est dynamique, tout comme la corporéité genrée peut évoluer, la féminité n'est pas linéaire. Être une femme féminine et le rester tout au long de la carrière de ces professionnelles illustre la performativité du genre (Butler, 2006). A rebours d'un processus social, culturel et médiatique qui invisibilise le corps des femmes de cette catégorie d'âge (Courcoux et al., 2017; Sellier, 2017), ces professionnelles donnent à voir une « mothering feminity » qui associe genre, sexe, âge et positionnement dans le sous champ.

10-4 Conclusion sur les modèles de genre féminins

« Bikini model », « Fit-mum », « mothering feminity », ces 3 modèles de genre incarnés par les enquêtées, montrent toute la complexité de la production de la féminité. Être une femme, « féminine », le rester tout au long de la carrière fitness, nécessite pour les professionnelles une « hyper réflexivité permanente en ce qui concerne par exemple la présentation de soi » (de Gasquet, 2012). Cette « hyper-réflexivité » décrite pour les femmes rabbins²¹⁹ par Béatrice De Gasquet, et reprise par Isabel Boni Le Goff (2013) pour les expertes en conseil, concerne les femmes investies dans des carrières masculines mais elle peut concerner également les enquêtées, quant au travail de présentation de soi et aux investissements réalisés pour manifester sa féminité dans l'apparence comme dans la conduite.

L'opposition entre masculin et féminin se trouve renforcée, la production du masculin se réalise dans une perspective collective (de hiérarchie, de domination et de complicité) alors que le féminin se construit de manière individuelle sous couvert du regard masculin. Connell (1995) estime qu'il ne peut exister de forme hégémonique de la féminité puisque les femmes sont toujours subordonnées à la masculinité hégémonique, l'*emphasized feminity*, d'un point de vue médiatique (Frayse & Mennesson, 2009) ou/et professionnel (Mennesson, 2005a; Schütz, 2006; Boni-Le Goff, 2013; Hochschild, 2017) présente la plupart du temps une grande conformité sexuée, une sexualisation et/ou une invisibilité, la féminité est donc d'emblée « complice » et multiple ((Skeggs, 2015).

Ces modèles de genre féminin et leur variation précisent les contraintes qui pèsent sur les professionnelles au sein de ce régime de genre spécifique. Alors que la paternité, l'âge, la conciliation des carrières professionnelles et familiales ne posent pas de problèmes majeurs

²¹⁹ L'article de Béatrice De Gasquet (2012) met en évidence l'appropriation différenciée et la division sexuée du rituel dans les synagogues non orthodoxes en France. Dans le judaïsme orthodoxe, seuls les hommes participent au rituel de lecture de la Torah et de cette façon représentent rituellement le peuple juif. Ce rituel hautement codifié, se trouve donc féminisé par les femmes qui y participent dans les synagogues non orthodoxes. Elles le considèrent davantage comme un acte individuel alors que les hommes, dans une logique hiérarchique et communautaire, le considèrent comme un honneur censé être recherché.

pour les hommes, cela semble moins évident pour les femmes. La production de féminités multiples s'accompagne toujours d'une forme de complicité à l'idéal de féminité, et le remettre en cause (dans les rôles sexués, les rapports de pouvoir, la division du travail, les interactions, l'engagement au travail) implique un prix à payer. Le plus souvent celui-ci est d'ordre professionnel, avec une mise en sommeil des ambitions ou de la carrière, mais il peut aussi être familial, conjugal et /ou économique. Les situations varient en fonction des contextes privés et professionnels, des capitaux détenus par les enquêtées, des modes de socialisation professionnelle, des dispositions sociales et sexuées, de la socialisation conjugale et des stratégies de positionnement au sein du sous champ.

Qu'ils soient masculins ou féminins les modèles de genre incarnés par les enquêté·e·s sont novateurs parce qu'ils nuancent les notions même de féminité et masculinité comme principe hiérarchique et de distinction. En effet, dans ce contexte professionnel où les normes hétérosexuelles sont prédominantes, la superposition entre genre, sexe et sexualité permet la production sociale de féminités et masculinités multiples. Partant, les hommes mobilisent des dispositions culturellement associées au féminin et inversement les femmes investissent professionnellement un bastion masculin (le sport et ses métiers) jusqu'à, parfois, occuper une position sociale, plutôt minoritaire, de cheffe d'entreprise. Ces carrières professionnelles et ces trajectoires sociales permettent de penser ces modèles de genre hybrides et dynamiques dans la mesure où les normes de genre sont (ré)appropriées par les enquêté·e·s dans un contexte spécifique mais participent à (re)produire l'ordre de genre et une logique de domination. Les coûts et bénéfices de la masculinité et de la féminité n'ont pas les mêmes valeurs symboliques et sociales, ce qui confirme l'hypothèse que le fitness est un régime de genre inégalitaire, les contraintes qui pèsent sur les hommes et sur les femmes sont différentes et renforcent des rapports sociaux de sexe asymétriques. Néanmoins, les masculinités et féminités si elles demeurent complices placent la production du genre dans une dynamique complexe, celle des interactions propres aux rapports sociaux de sexe. Flexible, cette dynamique participe à fragmenter de manière constante la masculinité hégémonique tout autant que l'emphasized femininity. Qu'il s'agisse de l'une ou de l'autre, les enquêté·e·s n'en possèdent pas exactement toutes les caractéristiques, selon les contextes les dispositions « masculines » et « féminines » s'activent, se mettent en sommeil ou/et se négocient sous les effets de la socialisation continue (Darmon, 2006). La mise à distance des modèles de genre internationaux est assez caractéristique des enquêté·e·s et révèle la flexibilité (Voléry & Tersigni, 2015) de ces modèles

de genre « locaux » novateurs. Et c'est davantage en termes de bénéfices et de coûts qu'il apparaît intéressant d'analyser les investissements en féminité et/ou en masculinité réalisés par les professionnel·le·s afin de saisir cette relation de complicité.

Alors que les professionnels du fitness s'inscrivent dans des trajectoires sociales ascendantes, de transfuge de classe ou des modèles élitistes (de manière relative et spécifique au sous champ) de réussite professionnelle, l'origine sociale imprime de manière saillante sur et dans les corps un habitus masculin. Sous les effets des modes de socialisation professionnels, ces enquêtés atténuent les traits les plus extrêmes de la masculinité en incorporant des pratiques plutôt associées au féminin tout en réaffirmant leur puissance sexuelle. Ainsi, la production de corporéités masculines variées participe à (re)définir le masculin selon les espaces sociaux.

Les professionnelles, elles, illustrent des trajectoires sociales associées aux carrières conjugales et familiales. En effet, être une femme, « féminine » de surcroît, se négocie à la lumière des modes de socialisation professionnelle et sous couvert du regard masculin. Complices, ces féminités multiples mettent au jour les rappels à l'ordre conjugaux, familiaux et sociaux que provoquent chaque remise en cause de la féminité. Cheffe d'entreprise, résistance aux normes de genre, positionnement spécifique dans le sous champ, mobilisation de dispositions « masculines » sont autant de nuances apportées par les enquêtées dans la (re)définition de l'emphasized femininity. Largement associées à leur catégorie de sexe, les carrières professionnelles et trajectoires sociales des enquêtées sont soumises au coût de la maternité, de la conjugalité et du vieillissement.

CONCLUSION

A l'initiative de ce projet de thèse résidait l'objectif majeur de rendre compte de la différenciation sexuée des trajectoires chez les professionnel·le·s du fitness dans le département des Landes. Les résultats ont permis à la fois de confirmer l'hypothèse première et d'investiguer d'autres axes d'analyse particulièrement intéressants pour donner de la densité à ce travail et finalement mettre au jour la fabrique du genre chez les professionnel·le·s du fitness en milieu rural et/ou très peu urbain.

L'entrée par l'offre de fitness rend compte d'emblée de positionnements différents dans le sous champ. Ainsi, les enquêté·e·s tentent tou·te·s de se maintenir dans un champ hyper concurrentiel, en cherchant à « faire date ». La définition de « son » fitness apparaît donc primordiale pour les professionnel·le·s.

L'apparence corporelle, le corps en tant que marqueur social participe aux interactions, il peut être considéré comme un bien symbolique puisqu'il contribue à signifier une valeur à l'individu (pas une valeur marchande brute mais symbolique dont les avantages sont différés) sur le marché du travail, sur le marché matrimonial et dans toutes les sphères de la vie sociale. L'analyse de la dimension symbolique (modèles de genre internationaux) permet de lire finement les normes de la culture fitness et l'importance des normes sexuées dans cette économie des biens symboliques. Les liens entre genre, sexe, sexualité et normes hétérosexuelles apparaissent clairement et la marchandisation des corps, la médiatisation de l'apparence et le façonnage de soi de manière hyper sexuée renforce ainsi l'ordre de genre. Le corps, de manière symbolique et concrète, s'inscrit dans le processus de hiérarchisation entre les sexes.

Les dispositions sportives et sexuées et les trajectoires scolaires constituent des facteurs favorables à l'engagement dans cette socialisation professionnelle spécifique très marquée par les stéréotypes de genre. En effet les différentes formes de socialisation agissent comme un processus de renforcement (Darmon, 2006) d'un habitus de genre propice à l'entrée dans le métier. De ce point de vue, les enquêtées sont dans une situation plus favorable que d'autres femmes pour s'insérer dans les professions du sport (Mennesson, 2005a).

La rencontre avec le fitness et le passage en formation constituent des éléments clés pour comprendre comment la fabrique du genre chez les professionnel·le·s se réalise petit à petit. La répartition par rapport aux spécificités (options) du diplôme précise la constitution du goût pour le métier et l'intériorisation déjà forte de dispositions « féminines » et « masculines » qui vont se renforcer et/ou évoluer lors du maintien de l'engagement dans le métier. Les modes d'entrée dans la carrière mettent en évidence des points communs avec d'autres travailleur·euse·s sportif·ive·s (Bonnemaison, 2018; Charissou, 2019) tels que la constitution d'un habitus sportif

par une pratique sportive intensive, formelle et institutionnalisée, des trajectoires scolaires courtes, des carrières sportives avortées. Mais d'autres points s'en distancient, notamment les dispositions sociales des enquêté·e·s (plutôt du pôle économique des classes moyennes) qui les éloignent d'un style de vie alternatif celui des accompagnateur·rice·s de moyenne montagne par exemple (Bonnemaison et al., 2019). A l'inverse d'autres travaux, les données montrent qu'il n'est pas nécessaire d'avoir une pratique amateur·rice importante ou un statut d'hyper fréquentant·e pour accéder à la profession (Chevalier & Dussart, 2002; Le Mancq, 2007; Salaméro & Haschar-Noé, 2008; Charissou, 2019), un capital sportif important peut suffire à cette conversion. Le début de la socialisation professionnelle se fait lors du passage en formation, celui-ci conditionne de nouveaux apprentissages par corps (Faure, 2000), l'acquisition de nouvelles techniques du corps et agit comme une socialisation de renforcement (Darmon, 2006).

L'engagement sur le mode de la passion, le dépassement de soi, le goût de l'effort, l'indépendance et une appétence pour la mise en scène de soi, la (re)présentation sont largement issues de la socialisation primaire, sportive et sexuée. Majoritaires, les enfants de familles de commerçant·e·s, de chef·fe·s d'entreprise, d'indépendant·e·s, ont intériorisé un ensemble de dispositions sociales, culturelles, sportives conformes à leur appartenance sociale (Mennesson, et al. 2019). La valorisation de dispositions entrepreneuriales, d'une culture du travail (du corps) et un ethos commun semble rapprocher les hommes et les femmes de l'enquête. La reconnaissance plus subjective qu'objective (Bonnemaison, 2108) et la « mise à son compte » présentent des similitudes avec les modes de gestion des entreprises artisanales. Le travail en couple permet une complémentarité flexible pour les couples conjugaux mais la grande porosité des sphères privées et professionnelles rend l'articulation travail/couple/entreprise complexe. Alors que pour les couples professionnels, la complémentarité de capitaux paraît majoritaire dans les projets de création d'entreprise.

L'indépendance constitue un passage clé pour comprendre comment s'opère la différenciation sexuée au fur et à mesure de la carrière. Les « mises à son compte » sont ainsi perçues comme valorisante d'un point de vue social et symbolique et participent à un reclassement social (plus qu'économique) pour ceux dont la trajectoire scolaire et/ou sportive a été avortée, ou ceux·elles qui se sont reconverti·e·s suite à une désillusion professionnelle ou une rupture biographique. Si ces processus sont génériques aux professionnel·le·s, d'autres viennent renforcer les différences entre les sexes. La sexuation des compétences professionnelles participe à une redistribution symbolique attribuée aux tâches professionnelles (Julhe & Honta, 2012), la division sexuée du travail se trouve ainsi emboîtée aux enjeux économiques. La bi-partition

sexuée des compétences professionnelles, la marchandisation des corps et des sentiments participent aux inégalités de genre. La performativité du genre est asymétrique dans la mesure où les contraintes liées à l'idéal féminin sont beaucoup plus importantes pour les femmes, que le processus de réaffirmation de « l'identité masculine » (Schütz, 2006) pour les hommes. Dans un rapport social de domination, la séduction constitue un moyen idéal pour instaurer une relation servicielle au profit des client·e·s.

Dans un contexte spécifique marqué par des modalités professionnelles fortement divisées, d'autant plus lorsque les professionnel·le·s travaillent en couple (Frayse, 2013), le genre se construit comme un capital mobilisable dans ses différentes dimensions, corporelle et comportementale, et ses bénéfices sont renforcés ou atténués par les autres espèces de capitaux (Mennesson, 2007). Ici, la mise en scène du corps est une ressource que mobilisent les professionnel·le·s dans une certaine conformité à l'ordre de genre et dans une logique de domination du masculin sur le féminin. Les mises en scène du « masculin » et du « féminin » se situent au cœur des enjeux professionnels, la plus ou moins grande conformité à des modèles de genre s'inscrit dans des stratégies de positionnement économiques. A ce titre, les enquêté·e·s se distancient d'un modèle unique, homogène du fitness industrialisé. De manière conforme à leur ethos et leur style de vie, il·elle·s s'inscrivent dans des modes de présentation de soi pluriels, distanciés des formes plus extrêmes de la masculinité hégémonique ou de l'emphasized femininity. Néanmoins, il·elle·s en restent complices, une remise en cause totale, dans ce contexte hyper concurrentiel, serait trop risquée.

Aussi, le régime de genre du fitness est bien inégalitaire, certain·e·s professionnel·le·s témoignent d'oppositions et de résistances à ces inégalités de genre ce qui impliquent la plupart du temps un prix à payer : conjugal, familial et/ou professionnel. L'analyse des trajectoires sociales permet aussi de distinguer les effets de la socialisation professionnelle sur les rapports sociaux de sexe et d'envisager ses effets sur la fabrique du genre chez les professionnel·le·s.

Les masculinités incarnées par les enquêtés précisent la relation de complicité qu'entretiennent ces professionnels avec la masculinité hégémonique, soit par le maintien d'une virilité corporelle traditionnelle, soit par une virilité sportive et esthétique, soit par l'affirmation de leur puissance sexuelle. Associée à une appartenance sociale, des dispositions sportives plus ou moins marquées par une socialisation enveloppante, des modes de socialisation professionnel, la production de ces masculinités varie. Les comportements de genre professionnels et privés s'articulent également au capital culturel détenu par les enquêtés et aux socialisations conjugales. Ainsi, assez distants des rapports sociaux de domination et de subordination stricts,

ces professionnels donnent à voir des masculinités plurielles, hybrides, esthétisées plus douces (Sohn, 2009) mais néanmoins complices de la structure sociale de domination.

Les féminités multiples également sont organisées autour de la respectabilité et de l'idéal de féminité. A ce titre, les investissements en féminité sont variés et dépendent de la socialisation sportive et sexuée des enquêtées. Le capital culturel et l'appartenance sociale participent de manière classique à questionner les normes de genre et les rôles sexués. Ne disposant pas des mêmes règles du jeu que les hommes, les professionnelles participent tacitement à légitimer l'ordre de genre et de ce fait paraissent complices. Les assignations sociales et culturelles attribuées à chaque sexe procèdent à un processus de disqualification corporelle des femmes (selon l'âge et la plus ou moins grande conformité à l'idéal de féminité), et à une déqualification professionnelle (naturalisation des compétences). Objectiver la différenciation sexuée des trajectoires, témoigne qu'à l'inverse des hommes, pour les femmes la socialisation conjugale constitue une dimension structurante. Les carrières des professionnelles mettent en évidence les choix et agencements opérés entre les différentes formes de travail productif et reproductif. Être cheffe d'entreprise revient alors à articuler carrière professionnelle, conjugale et familiale selon des configurations de genre au sein des couples privés. Les professionnelles se distinguent par des postures très différentes qui vont de la virilité à des tentatives de dépassement du genre, qui traduisent des stratégies de positionnement différentes. La multiplicité des contextes sociaux donne du sens à l'hétérogénéité des comportements de genre et de la mise en scène du genre.

Combinant sociologie des socialisations, sociologie du travail, du genre et du corps, ce travail illustre le rôle et la complexité de la fabrication du genre pour les professionnel·le·s du fitness. Cette profession mixte de prime abord, se révèle très divisée dans ces modalités spécifiques d'exercice du métier. Les asymétries de ce régime de genre montrent une différenciation sexuée des trajectoires professionnelles, et des rapports sociaux inégalitaires en partie essentialisés qui renforcent la structure sociale de domination.

Le premier enjeu de ce travail de thèse était de penser le fitness comme un sous champ et à ce titre de questionner la place et le rôle du genre dans celui-ci. Les résultats montrent de ce point de vue que les règles du jeu s'articulent autour d'un enjeu spécifique, le corps : son façonnage, les techniques et connaissances qui y sont liées. La culture fitness participe à renforcer l'hétéronormativité au travers de la production de corporités genrées, et de la structuration binaire (féminin/masculin) des espaces. Des pratiques et des normes genrées délimitent les frontières du contrat social hétérosexuel, celui que décrit notamment Monique

Wittig, dans une « société hétérosexuelle fondée sur la nécessité de l'autre à tous les niveaux » (Wittig, 1980) se pose la question de la participation du fitness à la production de normes homophobes, lgbtqiphobes. Dans la lignée des travaux de Suzanne Laberge (1984), Leslie Mac Call (1992) ou Holly Thorpe (2010), les résultats de cette thèse viennent renforcer l'idée de la nécessaire prise en compte du genre comme élément central de l'approche en termes de champ et d'habitus. Tout comme l'idée de sexe des capitaux proposé par De Singly (1986), ces autrices montrent que le passé incorporé est structuré par des modes de socialisation différenciés selon le sexe. Si pour Bourdieu, la « structure sociale est définie par les professions et les capitaux qui leur sont associés », alors la prise en compte des dispositions de genre est indispensable. Tel un capital, une ressource mobilisable par les enquêtés et participant à la définition des règles du jeu du sous champ, le genre est essentiel à la compréhension de la dynamique des champs et de l'habitus.

L'objet du deuxième enjeu scientifique de cette étude était de comprendre les effets de champ dans le processus de différenciation sexuée des carrières chez les professionnel·le·s du fitness. Dans ce contexte particulier, rural, en couple d'indépendants, des modes d'exercices du métier spécifiques apparaissent. Moins étudiées, ces dynamiques entrepreneuriales, mettent en lumière des stratégies de positionnement économiques largement associées à la fabrique du genre chez les professionnels. L'analyse de ce mode de gestion artisanal révèle des modalités spécifiques d'exercice du métier organisées autour de la « cause commune ». Celle-ci structure à la fois le mode de gestion à la façon des artisans et la division sexuée du travail. L'attribution des activités et compétences différentes, leur prestige symbolique, dépend largement d'un rapport de pouvoir, le genre en constituant une dimension essentielle selon Bessière et Gollac (2007). Ces résultats ont déjà été mis en évidence en sociologie du travail, chez les artisan·e·s ou les indépendant·e·s. Une situation nouvelle apparaît dans le cadre de l'enquête, tous les couples professionnels n'étant pas mixtes. Le mode de gestion en couple uniquement professionnel et non mixte donne à voir des résultats novateurs du point de vue de la division sexuée du travail et des rapports de pouvoir dans ce que Reawyn Connell appelle un régime de genre spécifique : une autre forme de complémentarité, moins essentialisée, moins « naturelle » apparaît. Cette complémentarité de genre passe par l'acquisition pour certains hommes de compétences de genre novatrices. La redistribution du prestige symbolique attribuée à ces compétences professionnelles illustre une autre forme d'asymétrie entre les femmes et les hommes associée au travail du corps et des sentiments. En effet, dans le sous champ, la division sexuée du travail peut être également appréhendée du point de vue de la marchandisation des corps et des sentiments. A ce titre, la séduction corporelle et comportementale est centrale et

permet d'envisager une autre dimension des rapports sociaux de sexe. L'asymétrie entre les hommes et les femmes révèlent des règles du jeu de séduction différentes. Elle représente donc un enjeu d'importance, un outil de travail pour les professionnels du fitness. Si la séduction a déjà fait l'objet d'analyses sociologiques précédentes notamment dans les professions où elle est centrale, comme les strip-teaseurs (Blum, 2013) ou les hôtessees d'accueil (Schütz, 2006 ; Hochschild, 2017), elle assez peu étudiée dans des métiers où ce n'est pas l'objectif principal. Dans cette perspective, la séduction est à envisager telle un rapport social de domination (Gourarier, 2021).

Le troisième enjeu de ces travaux visait à étudier les masculinités et féminités plurielles incarnées par les enquêté.e.s. Les résultats précédents montrent le maintien d'une asymétrie entre les sexes. Dans ce contexte spécifique, les investissements en masculinité et en féminité sont pluriels et la variation des modèles de genre illustrent toute la complexité de la fabrique du genre. Le changement d'échelle, du macro au micro social permet de préciser la circulation des modèles de genre, ce qui a déjà été montré par Connell et Messerschmidt. (2015). Ce processus étudié par Andreasson et Johansson (2018) appelé la glocalisation, pour le fitness industrialisé est aussi valable pour les professionnels du fitness, peu importe le type de fitness, et en milieu rural. Les résultats de l'enquête renforcent donc l'hypothèse que l'homogénéisation des corps et des pratiques du fitness, encouragée par l'essor du fitness industrialisé, est à nuancer selon les contextes nationaux, locaux et sous les effets de la socialisation continue (Darmon, 2006).

Au fil de l'analyse, ces modèles de genre locaux se sont montrés distanciés, novateurs, et hybrides. En effet, ces masculinités et féminités sont particulièrement complexes et l'apport de ce travail de thèse réside, du point de vue du genre, dans le repérage de ce qui les rend complices de la masculinité hégémonique et de l'idéal de féminité. C'est donc l'usage de l'apport conceptuel de Connell mais aussi des critiques qui ont été apportées à son modèle d'analyse (Demetriou, 2015) qui sont primordiales pour explorer finement la fragmentation, l'inflexion, de la masculinité hégémonique et de la féminité accentuée. De ce point de vue, analyser des configurations de pratiques (corporelles et comportementales) tant dans la sphère professionnelle que privée, permet d'explorer ces masculinités et féminités complices dans toutes leurs dimensions. L'étude fine de ces portraits a permis de mettre l'accent sur des résultats qui caractérisent les masculinités complices, ces masculinités plus ordinaires que les masculinités subordonnées ou marginalisées et moins identifiables, qui tirent bénéfices du dividende patriarcal. Pour ce qui est des féminités multiples, elles illustrent des réalités très différentes d'être, de se faire ou de devenir féminine. Ces féminités recouvrent les différentes

manières de vivre la catégorie de « femme » en l'occupant, en y résistant, en la produisant. De manière plus subtile, il faut comprendre que la remise en cause de l'ordre de genre est plus coûteux pour les femmes. Le nécessaire calcul du rapport coût/bénéfice de la féminité est au cœur des rapports sociaux de sexe, les femmes subissent davantage que les hommes les nombreux rappels à l'ordre de leur catégorie de sexe.

Dans le prolongement de ces travaux, il serait intéressant de poursuivre l'analyse des modèles de genre dans d'autres segments spécifiques (professionnels du fitness industrialisé, du hard fitness) afin de préciser les effets de la circulation et de la médiatisation des modèles de genre. Par ailleurs, il serait pertinent d'analyser les effets de lieux dans la fabrique du genre chez les professionnel·le·s notamment au milieu urbain, dans les événements internationaux, dans la presse spécialisée, les blogs et réseaux sociaux où l'offre de fitness est particulièrement saillante. Cette perspective pourrait également s'enrichir de l'analyse des féminités et masculinités complices dans d'autres contextes professionnels. Ces masculinités et féminités plus ordinaires, moins identifiables, parce qu'incarnées par le plus grand nombre, permettent d'ouvrir de nouvelles perspectives, d'autres dimensions d'analyse des rapports sociaux de sexe. Enfin, l'ordre de genre pourrait être étudié sous l'angle de la séduction corporelle et comportementale, marchandisée ou pas, dans d'autres professions, notamment dans le monde sportif (les entraîneurs par exemple), mais aussi bien au-delà.

ANNEXES

ANNEXE 1 : EXEMPLE DE PROSPECTUS PUBLICITAIRE DES SALLES VISITÉES

LUNDI : 9h-21h		MARDI : 9h-21h		MERCREDI : 12h-21h	
9h30-10h	100% Abdos-Taille	9h30-10h15	Gym Minceur Cardio	12h15-12h45	Gym Minceur
10h-10h30	Gym Minceur/Fessiers/Musculation	10h15-10h45	100% Abdos	12h45-13h15	100% Abdos
10h30-11h	PILATES/STRETCHING				
12h15-12h30	Abdos Flash	12h15-12h30	Abdos Flash		
12h30-13h15	POWER BARRE	12h30-13h15	BIKING		
17h30-18h	100% Abdos	17h45-18h15	STEP	17h45-18h15	100% Fessiers
18h-18h30	100% Fessiers	18h15-18h45	Cardio Kick-box	18h15-18h45	100% Abdos
18h30-19h15	BIKING	18h45-19h15	100% Abdos	18h45-19h30	ZUMBA
18h30-19h30	ZUMBA	19h15-20h	Power Barre	19h15-20h	BIKING
19h30-20h15	Zen Pilates	20h-20h15	Stretching	19h30-20h15	Zen Pilates



Le club dynamique et convivial




JEUDI : 9h-21h		VENDREDI : 9h-20h		SAMEDI : 14h30-17h	
9h30-10h15	Gym Minceur/Fessiers/Musculation	9h30-10h	100% Abdos-Taille	ESPACE CARDIO PLATEAU MUSCULATION	
10h15-11h	circuit training muscu	10h-10h45	STEP SCULPTING		
		10h45-11h	STRETCHING		
12h15-12h45	Abdos-taille	12h15-12h30	Abdos Flash		
12h45-13h15	Gym Minceur CARDIO	12h30-13h	Hanches-Fessiers/Bento Muscu.		
		13h-13h15	Stretching		
18h-18h30	Abdos-taille	17h30-18h	Abdos-Taille		
18h30-19h	BASIC STEP sculpting	18h-18h30	Gym Minceur CARDIO		
19h-19h30	Cardio Kick Box	18h30-18h45	Stretching		
19h30-20h	Hanches-Fessiers				
20h-20h15	Abdos Flash				

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi
COURS DU MATIN	SCULPT BARRE 08:30 - 10:15	CARDIO FIT 30' 08:30 - 10h		BIKE 08:30 - 10:15	CIRCUIT TRAINING 08:30 - 10:15
	PILATES 10:15 - 11h	CIRCUIT RENFO 30' 10h - 10:30		ABDOS FLASH 15' 10:15 - 10:30	ABDOS FLASH 15' 10:15 - 10:30
		STRETCH 15' 10:30 - 10:45		STRETCH 15' 10:30 - 10:45	
COURS DU MIDI					BIKE 12:30 - 13h
COURS DU SOIR		ZUMBA KIDS (7/11 ans) 17:30 - 18:30	ZUMBA KIDS (4/6 ans) 10:30 - 11:30	BIKE 17:30 - 18:15	
	POSTURAL FITNESS 17:30 - 18:15	CROSS TRAINING 17:30 - 18:45			
	ABDOS FLASH 18:15 - 18:30		PILATES 17:30 - 18:15		
	BIKE 18:30 - 19:15		CARDIO FIT 18:15 - 19h		

PLANNING

Libérez votre esprit,
votre corps suivra !



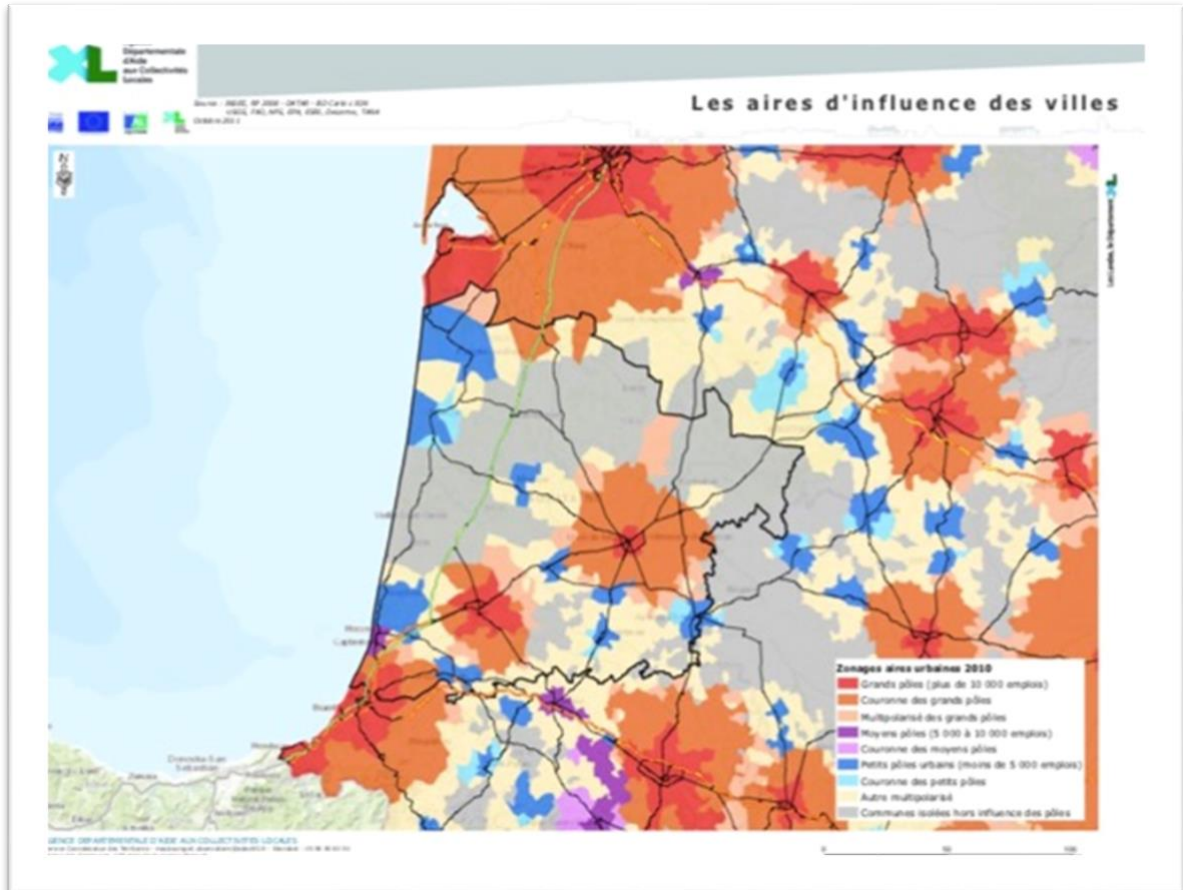
*Lund, Mer, Jeu, 9h-19h / 18h30-21h
 **Mercredi, 11h-14h / 18h30-21h
 ***Vendredi, 9h30-14h / 17h-20h30
 ****Samedi, 10h-13h



**COURS
COLLECTIFS**



ANNEXE 2 : LES AIRES D'INFLUENCE DES VILLES DANS LE DEPARTEMENT DES LANDES



BIBLIOGRAPHIE

- Abdelnour, S., Bernard, S., & Gros, J. (2017). Genre et travail indépendant. Divisions sexuées et places des femmes dans le non-salariat. *Travail et emploi*, 150, 5-23.
- Achin, C. (2005). Un «métier d'hommes»? Les représentations du métier de député à l'épreuve de sa féminisation. *Revue française de science politique*, 55(3), 477-499.
- Acker, J. (2009). From glass ceiling to inequality regimes. *Sociologie du travail*, 51(2), 199-217.
- Adkins, L. (1995). *Gendered Work. Sexuality, Family and the Labour Market*. ERIC.
- Amadiou, J.-F. (2002). *Poids des apparences (Le) : Beauté, amour et gloire*. Odile Jacob.
- Amossé, T., & Goux, D. (2004). Entries and Exits from Self-Employment in France over the Last Twenty Years”. In Arum, R., Müller, W., *The Reemergence of Self-Employment*. Princeton University Press.
- Andreasson, J., & Johansson, T. (2013). Female fitness in the blogosphere : Gender, health, and the body. *Sage Open*, 3(3), 2158244013497728.
- Andreasson, J., & Johansson, T. (2014). The Fitness Revolution : Historical Transformations in the Global Gym and Fitness Culture. *Sport science review*, 23(3-4), 91-112.
- Andreasson, J., & Johansson, T. (2015). From exercise to “exertainment” : Body techniques and body philosophies within a differentiated fitness culture. *Scandinavian Sport Studies Forum*;, 6.
- Andreasson, J., & Johansson, T. (2018). Glocalised fitness : The franchising of a physical movement, fitness professionalism and gender. *Leisure/Loisir*, 42(3), 301-321.
- Angeloff, T., & Arborio, A.-M. (2002). Des hommes dans des métiers de femmes : Mixité au travail et espaces professionnels dévalorisés. *Des Hommes dans des métiers de femmes: mixité au travail et espaces professionnels dévalorisés*, 123-135.
- Arborio, A.-M. (1996). Savoir profane et expertise sociale. Les aides-soignantes dans l'institution hospitalière. *Genèses*, 87-106.
- Augustin, J.-P. (1989). Les espaces des sports collectifs : L'exemple du département des Landes. *Mappemonde*, 2, 29-31.
- Augustin, J.-P. (2002). La diversification territoriale des activités sportives. *L'Année sociologique*, 52(2), 417-435.
- Banotto, G. (2002). *Ode à la Bimbo*. <https://manifesto-21.com/ode-a-la-bimbo-icone-culture-pop-1/>
- Barrau, S. (2017). Pratiques vestimentaires et expressions du genre. *Agora débats/jeunesses*, 1, 23-35.
- Barthaburu, M.-C., & Raibaud, Y. (2011). Ségrégation des sexes dans les activités musique et danse. *Agora débats/jeunesses*, 3, 65-78.
- Baudelot, C., & Establet, R. (1992). *Allez les filles!* Seuil.
- Beaud, S. (1996). L'usage de l'entretien en sciences sociales. Plaidoyer pour l'«entretien ethnographique». *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, 9(35), 226-257.
- Becker, H. S. (1985). Outsiders-Etudes de sociologie de la déviance-trad. *Jean-Michel Chapoulie*.
- Becker, H. S. (1988). *Les mondes de l'art* (Vol. 1). Flammarion.
- Berger, P., & Luckmann, T. (1986). Los fundamentos del conocimiento en la vida cotidiana. *La construcción social de la realidad. Amorrortu-Murguía*, 36-52.
- Bertaux-Wiame, I. (2004a). Devenir indépendant, une affaire de couple. *Cahiers du genre*, 2, 13-40.
- Bertaux-Wiame, I. (2004b). Devenir indépendant, une affaire de couple. *Cahiers du Genre*, 37(2), 13. <https://doi.org/10.3917/cdge.037.0013>
- Bertrand, J. (2011). La vocation au croisement des espaces de socialisation. *Sociétés contemporaines*, 2, 85-106.
- Bessière, C. (2010). *De génération en génération : Arrangements de famille dans les*

entreprises viticoles de Cognac. Raisons d'agir.

Bessière, C., De Paoli, C., Gouraud, B., & Roger, M. (2012). Les agriculteurs et leur patrimoine : Des indépendants comme les autres? *Economie et Statistique/Economics and Statistics*, 444-445.

Bessière, C., & Gollac, S. (2007). Le silence des pratiques. La question des rapports de genre dans les familles d'« indépendants ». *Sociétés & Représentations*, 24(2), 43.

<https://doi.org/10.3917/sr.024.0043>

Bessière, C., & Gollac, S. (2014). Travailleurs indépendants. *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris: Presses de Sciences Po, 537-550.

Bessy, O. (1990). *De nouveaux espaces pour le corps : Approche sociologique des salles de "mise en forme" et de leur public : Le marché parisien*. Paris 5.

Bhabha, H. K. (1991). 'Race', time and the revision of modernity. *Oxford Literary Review*, 13(1), 193-219.

Bihl, A., & Pfefferkorn, R. (2000). Hommes-femmes, l'introuvable égalité. La place contradictoire des femmes dans la société française. *Recherches et prévisions*, 61, 19-33.

Blum, V. (2013). "Des hommes qui s'effeuillent pour des femmes". Des strip-teaseurs dans un chassé-croisé entre domination masculine et masculinité dominée. *Recherches sociologiques et anthropologiques*, 44(44-2), 137-156.

Boltanski, L. (1971). Les usages sociaux du corps. *Annales. Histoire, sciences sociales*, 26(1), 205-233.

Boni-Le Goff, I. (2013). *Le sexe de l'expert. Régimes de genre et dynamique des inégalités dans l'espace du conseil en management*. Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales (EHESS).

Boni-Le Goff, I. (2019). Des expert·e·s respectables ? Esthétique vestimentaire et production de la confiance. *Travail, genre et sociétés*, 1, 67-86.

Bonnemaison, F. (2018). *Au pied des "sommets" : Modes d'engagement et rapports au métier des accompagnateurs et accompagnatrices en moyenne montagne* [Thèse Staps]. Toulouse 3.

Bonnemaison, F., Hoibian, O., & Mennesson, C. (2019). Accompagnateur en moyenne montagne, un régime de genre égalitaire? *Sciences sociales et sport*, 1, 85-111.

Bouchet-Valat, M. (2015). Plus diplômées, moins célibataires. L'inversion de l'hypergamie féminine au fil des cohortes en France. *Population*, 70(4), 705-730.

Bouhaouala, M. (2008). *Management de la petite entreprise des loisirs sportifs : Une approche socioéconomique*. De Boeck Supérieur.

Bouhaouala, M., & Chifflet, P. (2001). Logique d'action des moniteurs des sports de nature : Entre passion et profession. *Staps*, 3, 61-74.

Bourdieu, P. (1972). *Esquisse d'une théorie de la pratique. Précédé de « Trois études d'ethnologie kabyle »*. Librairie Droz; Cairn.info. <https://www.cairn.info/esquisse-d-une-theorie-de-la-pratique--9782600041553.htm>

Bourdieu, P. (1977). La production de la croyance. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 13(1), 3-43.

Bourdieu, P. (1979). *La distinction. Critique sociale du jugement*. Édition de Minuit.

Bourdieu, P. (1980). *Le sens pratique*. Minuit.

Bourdieu, P. (1984). *Questions de sociologie*. Minuit.

Bourdieu, P. (1986). L'illusion biographique. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 62(1), 69-72.

Bourdieu, P. (1987). *Choses dites*. Minuit.

Bourdieu, P. (1989). Reproduction interdite : La dimension symbolique de la domination économique. *Études rurales*, 15-36.

Bourdieu, P. (1991a). Le champ littéraire. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 89(1), 3-46.

- Bourdieu, P. (1991b). Le champ littéraire. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 89(1), 3-46.
- Bourdieu, P. (1991c). Le champ littéraire. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 89(1), 3-46. <https://doi.org/10.3406/arss.1991.2986>
- Bourdieu, P. (1994). L'économie des biens symboliques. In *Raisons pratiques : Sur la théorie de l'action*. (p. 173-211). Seuil.
- Bourdieu, P. (1997). *Méditations pascaliennes*. Seuil.
- Bourdieu, P. (1998). *La domination masculine*. Seuil.
- Bourdieu, P. (2014). *Ce que parler veut dire : L'économie des échanges linguistiques*. Fayard.
- Bourdieu, P., Chamboredon, J.-C., & Passeron, J.-C. (1968). Le métier de sociologue (5^{ème} édition). *Paris: École Pratique des Hautes Études, Mouton and Bordas*.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. (1992). *Réponses* (Vol. 4). Paris: Seuil.
- Bromberger, C. (2005). *Un corps pour soi*. PUF.
- Bromberger, C. (2015). *Les sens du poil. Une anthropologie de la pilosité*. Créaphis.
- Brune, F. (1985). *Le bonheur conforme (nouvelle édition augmentée)*. Gallimard.
- Burch, N., & Sellier, G. (2009). *Le cinéma au prisme des rapports de sexe*.
- Burot-Besson, I., & Chellig, N. (2001). *Les enjeux de la féminisation du corps des médecins des armées (prégnance des modèles et limites de gestion : De l'égalitarisme à l'équité, vers une égalité formelle et réelle)*.
- Buscatto, M. (2003). Chanteuse de jazz n'est point métier d'homme. *Revue française de sociologie*, 44(1), 35-62.
- Buscatto, M. (2014a). Aux racines d'une exclusion féminine si «naturelle» : La chronique jazz, un univers très «masculin». *Revue multidisciplinaire sur l'emploi, le syndicalisme et le travail*, 9(2), 26-48.
- Buscatto, M. (2014b). *Sociologies du genre*. Armand Colin.
- Butler, J. (2006). *Trouble dans le genre : Le féminisme et la subversion de l'identité*. La découverte.
- Charissou, L. (2019). *Management " par corps " : Rencontre entre dispositions individuelles et logiques managériales dans la socialisation professionnelle des " instructeurs " LesMills® ED CLESCO: Performance motrice, adaptation et sports creSco [Thèse Staps]*. Université Paul-Sabatier Toulouse3.
- Charrier, P. (2004). Comment envisage-t-on d'être sage-femme quand on est un homme? *Travail, genre et sociétés*, 2, 105-124.
- Charrier, P. (2013). Les mutations professionnelles comme soutien de la présence des hommes dans la profession de sage-femme. *Recherches sociologiques et anthropologiques*, 44(44-2), 93-113.
- Chevalier, V. (2003). La conversion professionnelle des jeunes amateurs. A. Degenne, J.-F. Giret, Y. Grelet, P. Werquin (éd), *Les données longitudinales dans l'analyse du marché du travail, Documents du Céreq*, 171, 261-270.
- Chevalier, V., & Dussart, B. (2002). De l'amateur au professionnel : Le cas des pratiquants de l'équitation. *L'Année sociologique*, 52(2), 459-476.
- Chevalier, V., Le Mancq, F., & Simonet, M. (2011). Amateurs, bénévoles et professionnels : Analyse des carrières et usages des statuts. *Les catégories sociales et leurs frontières*, 147-164.
- Chiapello, E., & Boltanski, L. (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*.
- Chimot, C., & Schotté, M. (2006). Travailler dans une organisation sportive. Entre engagement passionné et investissement professionnel. *Regards sociologiques*, 32, 97-107.
- Cholley-Gomez, M., & Perera, E. (2017). Le muscle au féminin : Définition et négociation de l'identité genrée des femmes culturistes. *Movement & Sport Sciences-Science & Motricité*, 96, 5-18.

- Clair, I. (2012a). Le pédé, la pute et l'ordre hétérosexuel. *Agora débats/jeunesses*, 1, 67-78.
- Clair, I. (2012b). *Sociologie du genre : Sociologies contemporaines*. Armand Colin.
- Clément, J.-P. (2001). Les arts martiaux et la société française : Sociologie historique de l'implantation du jūdō et de l'aikidō. *En Daruma*, 8(9), 175-199.
- Clément, X., & Louveau, C. (2013). Socialisation sportive et formation des « Grands hommes ». Le cas du handball. *Ethnologie française*, 43(4), 723-733.
- Cognie, F., & Aballéa, F. (2010). L'artisanat, figure anticipatrice d'un nouvel entrepreneuriat. *Management & Avenir*, 40(10), 79. <https://doi.org/10.3917/mav.040.0079>
- Collet, I. (2006). *L'informatique a-t-elle un sexe ? Hackers, mythes et réalités*. l'Harmattan.
- Connell, R. (1987). *Gender and power : Society, the person and sexual politics*. Stanford University Press.
- Connell, R. (2014). *Masculinités. Enjeux sociaux de l'hégémonie*. Amsterdam Editions.
- Connell, R. (2021). Penser les masculinités dans une perspective globale : Hégémonie, contestation et structures de pouvoir en évolution. *Sciences sociales et sport*, 1, 11-35.
- Connell, R., Millepied, A.-C., & Ridley, S. (2019). Des hommes de raison. *Cahiers du Genre*, 2, 25-48.
- Connell, R. W. (1983). *Which way is up? : Essays on sex, class and culture*. Allen & Unwin Sydney.
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. Allen & Unwin Sydney.
- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2015). Faut-il repenser le concept de masculinité hégémonique? *Terrains travaux*, 2, 151-192.
- Corbin, A., Courtine, J.-J., & Vigarello, G. (2011). *Histoire de la virilité* (Vol. 3). Éd. du Seuil.
- Courcoux, C.-A., Le Gras, G., & Moine, R. (2017). *L'Âge des stars. Des images à l'épreuve du vieillissement*. L'Âge d'Homme.
- Court, M. (2010). Le corps prescrit. Sport et travail de l'apparence dans la presse pour filles. *Cahiers du Genre*, 49(2), 117. <https://doi.org/10.3917/cdge.049.0117>
- Court, M., Bertrand, J., Bois, G., Henri-Panabière, G., & Vanhée, O. (2016). Qui débarrasse la table ? Enquête sur la socialisation domestique primaire. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 215(5), 72-89. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/arss.215.0072>
- Court, M., & Mennesson, C. (2015). Les vêtements des garçons. Goûts et dégoûts parentaux au sein des classes moyennes. *Terrains & travaux*, 27(2), 41-58. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/tt.027.0041>
- Court, M., Mennesson, C., Salaméro, É., & Zolesio, E. (2014). Habiller, nourrir, soigner son enfant : La fabrication de corps de classes. *Recherches familiales*, 11(1), 43-52. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/rf.011.0043>
- Damian-Gaillard, B. (2011). Les romans sentimentaux des collections Harlequin : Quelle (s) figure (s) de l'amoureux ? Quel (s) modèle (s) de relation (s) amoureuse (s)? *Questions de communication*, 20, 317-336.
- Darmon, M. (2003). *Devenir Anorexique*. La Découverte.
- Darmon, M. (2006). *La Socialisation*. Paris, Armand Colin (128. Sociologie 323).
- Darmon, M. (2008). La notion de carrière : Un instrument interactionniste d'objectivation. *Politix*, 2, 149-167.
- Darmon, M. (2014). *Devenir anorexique : Une approche sociologique*. La découverte.
- Darras, É. (2012). Un lieu de mémoire ouvrière : Le tuning. *Sociologie de l'Art*, 3, 85-109.
- Dauphin, C., & Farge, A. (2001). *Séduction et sociétés. Approches historiques*. Seuil.
- Dauphin, S. (2016). La politique familiale et l'égalité femmes-hommes : Les ambiguïtés du « libre choix » en matière de conciliation vie familiale et vie professionnelle. *Regards*, 2, 85-98.
- Davis, L. (1990). Male cheerleaders and the naturalization of gender. *Sport, men and the*

gender order, 153-161.

Davisse, A., & Louveau, C. (1999). Sports, école et société : La différence des sexes, féminin, masculin et activités physiques. *Travail, Genre et Sociétés*, s 243.

Debest, C., & Mazuy, M. (2014). Rester sans enfant : Un choix de vie à contre-courant. *Population Sociétés*, 2, 1-4.

Debest, C., Mazuy, M., & l'équipe de l'enquête Fecond. (2014). Rester sans enfant : Un choix de vie à contre-courant. *Population & Sociétés*, 508(2), 1-4. Cairn.info.
<https://doi.org/10.3917/popsoc.508.0001>

Defrance, J. (1995a). L'autonomisation du champ sportif. 1890-1970. *Sociologie et sociétés*, 27(1), 15-31.

Defrance, J. (1995b). *Sociologie du sport*. La Découverte.

de Gasquet, B. (2012). Masculinité et sens des «honneurs». *Travail, genre et sociétés*, 1, 91-107.

Delphy, C. (1991). Les origines du Mouvement de libération des femmes en France. *Nouvelles questions féministes*, 137-148.

Delphy, C. (1998). *L'ennemi principal : Penser le genre* (Vol. 2). Éditions Syllepse.

Demazière, D., & Dubar, C. (1997). *Analyser les entretiens biographiques : L'exemple des récits d'insertion*. Nathan Paris.

Demetriou, D. Z. (2015a). La masculinité hégémonique : Lecture critique d'un concept de Raewyn Connell. *Genre, sexualité & société*, 13.

Demetriou, D. Z. (2015b). La masculinité hégémonique : Lecture critique d'un concept de Raewyn Connell. *Genre, sexualité et société*, 13. <https://doi.org/10.4000/gss.3546>

Denave, S. (2015). *Reconstruire sa vie professionnelle. Sociologie des bifurcations biographiques*. PUF.

Denave, S., & Renard, F. (2015). Aspirants mécaniciens, aspirants coiffeurs. *Terrains travaux*, 2, 59-77.

de Singly, F. (1986). Le sexe des capitaux. *Cahiers de l'Atelier Production-Reproduction*, 15-24.

de Singly, F. (2000). *Libres ensemble. L'individualisme dans la vie commune*. Armand Colin.

de Singly, F. (2016). *Le soi, le couple et la famille*. Armand Colin.

Détrez, C. (2002). *La construction sociale du corps*. Ed. du Seuil.

Diter, K. (2015). Je l'aime, un peu, beaucoup, à la folie... pas du tout! *Terrains travaux*, 2, 21-40.

Donovan, B. (1998). Political consequences of private authority : Promise Keepers and the transformation of hegemonic masculinity. *Theory and society*, 27(6), 817-843.

Dubois, F., & Terral, P. (2011a). De l'amateur sportif au dirigeant d'une petite entreprise. Le tourisme sportif de pleine nature. *Travail et emploi*, 126, 35-44.

Dubois, F., & Terral, P. (2011b). De l'amateur sportif au dirigeant d'une petite entreprise. Le tourisme sportif de pleine nature. *Travail et emploi*, 126, 35-44.

<https://doi.org/10.4000/travailemploi.5229>

Dubois, F., & Terral, P. (2014). La création d'entreprise dans le secteur du tourisme sportif. *Sociologies pratiques*, 1, 53-62.

Dubois, F., & Terral, P. (2017). Des jeunes plus ou moins prêts à devenir entrepreneurs. *Agora débats/jeunesses*, 1, 103-116.

Dumas, C. (2011, novembre 14). *Amours et Désamours en toute in-égalité* [Colloque]. [https://www.universitedesfemmes.be/images/Universite-Femmes/Se-](https://www.universitedesfemmes.be/images/Universite-Femmes/Se-Documenter/Analyses/DumasAn09-2013_Seduction.pdf)

[Documenter/Analyses/DumasAn09-2013_Seduction.pdf](https://www.universitedesfemmes.be/images/Universite-Femmes/Se-Documenter/Analyses/DumasAn09-2013_Seduction.pdf)

Duncan, M. C., & Messner, M. A. (1998). The media image of sport and gender. *MediaSport*, 170-185.

Ekins Richard. (1997). *Male Femaling. A Grounded Theory Approach to Cross-Dressing*

- and Sex-changing*. Routledge.
- Elias, N., & Muel-Dreyfus, F. (1985). Remarques sur le commérage. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 60(1), 23-29.
- Falcoz, C. (2004). Virilité et accès aux postes de pouvoir dans les organisations. *Travail, genre et sociétés*, 2, 145-170.
- Faure, S. (2000). *Apprendre par corps. Socio-anthropologie historique du champ chorégraphique*. La Dispute.
- Faure, S. (2003). Danse hip-hop et usages des espaces publics. *Espaces et sociétés*, 2, 197-214.
- Faure, S., & Garcia, M.-C. (2005). *Culture hip-hop, jeunes des cités et politiques publiques*. La dispute.
- Feuvre, N. (1999). Gender Occupational Feminization and Reflexivity : A Cross-National Perspective. In Crompton Rosemary, *Restructuring gender relations and employment : The Declin of Male Breadwinner* (p. 150-178). Oxford University Press.
- Flament, C. (1988). De la technique comme enjeu dans les rapports sociaux de sexe. *Les cahiers de l'APRE, les rapports sociaux de sexe : problématiques, champs d'analyse*, 1(7 (180-186)).
- Fleuriel, S. (2006). *La danse : Entre sociologie de l'art et sociologie du sport*. L'Harmattan.
- Fleuriel, S., & Schotté, M. (2011). La reconversion paradoxale des sportifs français : Premiers enseignements d'une enquête sur les sélectionnés aux jeux olympiques de 1972 et 1992. *Sciences sociales et sport*, 1, 115-140.
- Fortino, S. (2002). *La mixité au travail*. La dispute Paris.
- Foucault, M. (1989). *Résumé des cours, 1970-1982*. Julliard.
- Fraisse, G. (1996). *La différence des sexes*. PUF, Paris.
- Fraysse, 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 Staps]. Toulouse 3.
- Fraysse, M. (2019). Modèles de genre différenciés et positions éditoriales dans la presse sportive spécialisée. *Questions de communication*, 1, 39-62.
- Fraysse, M., & Mennesson, C. (2009). Masculinités hégémoniques et féminités : Les modèles de genre dans une revue de VTT. *Sciences sociales et sport*, 1, 25-53.
- Fraysse, M., & Mennesson, C. (2017). Genre et pratiques journalistiques dans la presse VTT. *Travail, genre et sociétés*, 2, 133-150.
- Fraysse, M., & Parsis-Barubé, O. (2021, octobre 7). *Topographie Arthurienne et pratiques psychocorporelles en forêt de Brocéliande*. [Colloque « S'évader au Moyen-Âge. Entre appropriations contemporaines et imaginaires de l'histoire médiévale. »].
- Fuselier, B. (2011). Le concept d'ethos. *Recherches sociologiques et anthropologiques*, 42(1), 21-32.
- Garcia, M.-C. (2011). Les pratiques clownesques à l'épreuve des stéréotypes de la féminité. *Sociologie de l'Art*, 2, 45-58.
- Garcia, M.-C. (2015). Approche critique de l'observation de dispositions genrées. Exemple de la «prise de risque corporel» chez les voltigeuses dans l'univers du cirque contemporain. *SociologieS*.
- Garcia, M.-C. (2016). Le «partage des femmes» dans les relations extraconjugales durables. *Sociología Histórica*, 6, 245-279.
- Garcia, M.-C. (2021). Entre la familia y el amor : Tensiones de género entre los amantes. *Revista Espanola de Investigaciones Sociologicas-Spanish Edition-*.
- Gendron, B. (2010). Filles, garçons : Quel capital émotionnel pour quelles conséquences? *Tréma*, 32, 39-47.
- Genre et conditions de travail, mixité, organisation du travail, santé et gestion des âges*.

- (2009). Éditions de l'Agence Nationale pour l'Amélioration des Conditions de Travail.
- Ghiglione, R. (1986). *L'homme communiquant*. A. Colin.
- Ghiglione, R., & Matalon, B. (1998). Comment interroger. *Les questionnaires (Chapitre 4) In Les enquêtes sociologiques théories et pratiques*, 93-138.
- Godart, F. (2010). *Sociologie de la mode*. La Découverte.
- Godelier, M. (1996). La production des grands hommes [1982]. *Paris: Fayard*.
- Goffman, E. (1961). 1968, *Asiles. Étude sur la condition sociale des malades mentaux*, Paris: Minuit.
- Goffman, E. (1968). *Asiles*. Minuit.
- Goffman, E. (1971). La mise en scène de la vie quotidienne, 1 (1956), Paris, Éd. Minuit, 1973. *La mise en scène de la vie quotidienne*, 2.
- Goffman, E. (1977). La ritualisation de la féminité. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 14(1), 34-50.
- Goffman, E. (2002). *L'arrangement entre les sexes*. La dispute.
- Goffman, E., & Kihm, A. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne (Vol. 2)*. Minuit Paris.
- Gojard, S. (2010). *Le métier de mère*. La Dispute Paris.
- Golsorkhi, D., & Huault, I. (2006). Pierre Bourdieu : Critique et réflexivité comme attitude analytique. *Revue française de gestion*, 6, 15-34.
- Gotman, A. (2017). Le choix de ne pas avoir d'enfant, ultime libération? *Travail, genre et sociétés*, 1, 37-52.
- Gourarier, M. (2011). Négocier le genre?. Une ethnologue dans une société d'hommes apprentis séducteurs. *Journal des anthropologues. Association française des anthropologues*, 124-125, 159-178.
- Gourarier, M. (2012). *Séduire les femmes pour s'apprécier entre hommes. Une ethnographie des sociabilités masculines hétérosexuelles au sein de la Communauté de la séduction en France*.
- Gourarier, M. (2013a). «Désaffecter» la galanterie masculine. La redistribution des transactions de séduction hétérosexuelles au sein de la «Communauté de la séduction» en France. *Pensee plurielle*, 2, 205-215.
- Gourarier, M. (2013b). La Communauté de la séduction en France. Des apprentissages masculins. *Ethnologie française*, 43(3), 425-432.
- Gourarier, M. (2021). Séduction. *Encyclopédie critique du genre*.
- Grelon, A. (1978). Interviewer. *Langage & société*, 4(1), 41-62.
- Gresle, F. (1981). L'indépendance professionnelle Actualité et portée du concept dans le cas français. *Revue française de sociologie*, 483-501.
- Grignon, C., & Gruel, L. (1999). *La vie étudiante*. PUF.
- Grossetti, M. (2010). Imprévisibilités et irréversibilités : Les composantes des bifurcations. *Bifurcations. Les sciences sociales face aux ruptures et à l'événement*, 147-159.
- Guérandel, C. (2016). *Le sport fait mâle. La fabrique des filles et des garçons dans les cités*. Grenoble (Presses universitaires de).
- Guillaume, C., & Pochic, S. (2007). La fabrication organisationnelle des dirigeants. *Travail, genre et sociétés*, 1, 79-103.
- Guillaumin, C. (1992). Pratique du pouvoir et idée de Nature. *Sexe, Race et Pratique du Pouvoir-L'a idée de nature*. Paris: Coté-femmes éditions.
- Guillaumin, C. (1993). Colette Guillaumin, Sexe, Race et Pratique du pouvoir. L'idée de Nature. Paris, Côté-femmes, 1992. *Les cahiers du CEDREF. Centre d'enseignement, d'études et de recherches pour les études féministes*, 3, 113-114.
- Gullette, M. M. (2013). *Agewise : Fighting the new ageism in America*. University of Chicago Press.

- Halbwachs, M., & Granger, C. (2014). L'expression des émotions et la société. *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 3, 39-48.
- Harding, S. (1986). *The science question in feminism*. Cornell university Press.
- Héritier, F. (1996). *Masculin/féminin : La pensée de la différence*. Odile Jacob.
- Héritier, F. (2009). *Une pensée en mouvement*. Odile Jacob.
- Heywood, L. (1998). *Bodymakers : A Cultural Anatomy of women's*. Rutgers University Press.
- Hidri Neys, O. (2011). Le «?physique de l'emploi?». *Communications*, 89(2), 117. <https://doi.org/10.3917/commu.089.0117>
- Hidri Neys, O. (2016). *L'insoutenable poids des apparences physiques. Contribution à une sociologie des discriminations*.
- Hidri, O. (2005). À la conquête du look de l'emploi : Stratégies d'insertion professionnelle des cadres commerciaux. *Questions de communication*, 8, 281-294. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.4882>
- Hidri, O. (2007). Le 'chassé-croisé' des apparences sexuées : Stratégie d'insertion professionnelle des cadres commerciaux. *Cahiers du Genre*, 42(1), 101. <https://doi.org/10.3917/cdge.042.0101>
- Hirata, H., & Molinier, P. (2012). Les ambiguïtés du care. *Travailler*, 2, 9-13.
- Hochschild, A. R. (2017). *Le prix des sentiments : Au cœur du travail émotionnel*. La découverte.
- Hughes, E. (1996). Le regard sociologique. *Paris, Éditions ehess*.
- Irlinger, P., Louveau, C., & Métoudi, M. (1990). L'activité physique, une manière de soigner l'apparence. *INSEE, Données sociales*, 269-272.
- Jackson, S., & Delphy, C. (2015). Genre, sexualité et hétérosexualité : La complexité (et les limites) de l'hétéronormativité. *Nouvelles Questions Feministes*, 34(2), 64-81.
- Jaeger, C. (1982). *Artisanat et capitalisme : L'envers de la roue de l'histoire*. Payot.
- Jarthon, J.-M. (2018a). Essai de typologie des corps à travers la pratique du bodybuilding. *Staps*, 1, 47-64.
- Jarthon, J.-M. (2018b). Essai de typologie des corps à travers la pratique du bodybuilding. *Staps*, 119(1), 47. <https://doi.org/10.3917/sta.119.0047>
- Jarthon, J.-M., & Durand, C. (2017). Identités féminines et vieillissement : Le fitness entre revendication d'une volonté personnelle et soumission à des normes sociales? *Movement & Sport Sciences-Science & Motricité*, 96, 85-96.
- Jeantet, A. (2003). «À votre service!» La relation de service comme rapport social. *Sociologie du travail*, 45(2), 191-209.
- Joanette, Y., Kahlaoui, K., Maheux, M., & Ska, B. (2011). « Vieillir : Déclin ou changement ? ». In M. Lagacé, *L'âgisme. Comprendre et changer le regard social sur le vieillissement* (p. 113-131). Presses de l'université Laval.
- Johansson, T. (1996). Gendered spaces : The gym culture and the construction of gender. *Young*, 4(3), 32-47.
- Judith, B. (2005). Trouble dans le genre. *Pour un féminisme de la subversion, Paris, la Découverte, première édition: Gender trouble. Femi*.
- Julhe, S., & Haschar-Noé, N. (2010). Trajectoires et stratégies professionnelles dans le secteur de l'animation sportive : Le cas des enseignants d'arts martiaux. *Sociétés contemporaines*, 1, 7-29.
- Julhe, S., & Honta, M. (2012). L'articulation travail-famille chez les conseillers techniques sportifs : Situations asymétriques entre hommes et femmes. *Sociologie*, 3(4), 341-357.
- Junter-Loiseau, A. (1999). La notion de conciliation de la vie professionnelle et de la vie familiale : Révolution temporelle ou métaphore des discriminations? *Les cahiers du genre*, 24(1), 73-98.

- Katz, J. (2005). *The invention of heterosexuality*. Dutton.
- Kaufmann, J.-C. (1992). *La trame conjugale : Analyse du couple par son linge*. Nathan.
- Kaufmann, J.-C. (2021). *Sociologie du couple*. Que sais-je.
- Kellerhals, J., Perrin, J. F., Steinauer-Cresson, G., Voneche, L., & Wirth, G. (1982). Mariages au quotidien. *Inégalités sociales, tensions culturelles et organisation familiale, Lausanne, Favre*.
- Kergoat, D. (1992). Des rapports sociaux de sexe et de la division sexuelle du travail. *Les Cahiers du Genre*, 3(1), 23-26.
- Kergoat, D. (2000). Division sexuelle du travail et rapports sociaux de sexe. In Senotier D., *Dictionnaire critique du féminisme* (Vol. 2, p. 35-44). PUF.
- Knibiehler, Y. (2012). *La virginité féminine : Mythes, fantasmes, émancipation*. Odile Jacob.
- Laberge, S. (1994). Pour une convergence de l'approche féministe et du modèle conceptuel de Bourdieu. *STAPS. Sciences et techniques des activités physiques et sportives*, 35, 51-63.
- Lahire, B. (1996). La variation des contextes en sciences sociales. Remarques épistémologiques. *Annales. Histoire, sciences sociales*, 51(2), 381-407.
- Lahire, B. (1998). *L'homme pluriel : Les ressorts de l'action*. Nathan Paris.
- Lahire, B. (1999a). 1. Champ, hors-champ, contrechamp. In *Le travail sociologique de Pierre Bourdieu* (p. 23-57). La Découverte.
- Lahire, B. (1999b). 5. De la théorie de l'habitus à une sociologie psychologique. In *Le travail sociologique de Pierre Bourdieu* (p. 121-152). La découverte.
- Lahire, B. (2001a). Héritages sexués : Incorporation des habitudes et des croyances. *La dialectique des rapports hommes-femmes*, 9-25.
- Lahire, B. (2001b). Le travail sociologique de Pierre Bourdieu. *Dettes et critiques. Paris: La Découverte*.
- Lahire, B. (2002). *Portraits sociologiques : Dispositions et variations individuelles*. Nathan Paris.
- Lahire, B. (2012). *Monde pluriel. Penser l'unité des sciences sociales*. Média Diffusion.
- Lahire, B. (2013). *Dans les plis singuliers du social : Individus, institutions, socialisations*. La Découverte.
- Lapeyre, N. (2006). *Les professions face aux enjeux de la féminisation*. Octares.
- Lapeyre, N., & Le Feuvre, N. (2005). Féminisation du corps médical et dynamiques professionnelles dans le champ de la santé. *Revue française des affaires sociales*, 1, 59-81.
- Lapeyre, N., & Le Feuvre, N. (2009). Avocats et médecins : Féminisation et différenciation sexuée des carrières. *Sociologie des groupes professionnels: Acquis récents et nouveaux défis. Paris: La Découverte, Coll. Recherches*, 424-434.
- Laufer, J., & Pochic, S. (2004). *Carrières au féminin et au masculin*. La Découverte.
- Le Doeuff, M. (1998). *Le sexe du savoir*. Aubier.
- Le Feuvre, N. (2008). La féminisation des anciens "bastions masculins" : Enjeux sociaux et approches sociologiques. In Guichard-Claudic Y. (et al.), *L'inversion du genre. Quand les métiers masculins se conjuguent au féminin ...et réciproquement* (p. 307-323). PUR.
- Le Feuvre, N., & Guillaume, C. (2007). Les processus de féminisation au travail : Entre différenciation, assimilation et « dépassement du genre ». *Sociologies pratiques*, 14(1), 11. <https://doi.org/10.3917/sopr.014.0011>
- Le Gall, D., & Le Van, C. (2011). Le premier rapport sexuel. *Les cahiers dynamiques*, 1, 20-30.
- Le Mancq, F. (2007). Des carrières semées d'obstacles : L'exemple des cavalier-es de haut niveau. *Sociétés contemporaines*, 2, 127-150.
- Le Wita, B. (1988). *Ni vue, ni connue : Approche ethnographique de la culture bourgeoise* (Vol. 9). Les Editions de la MSH.
- Lefevre, B., Terret, T., Liotard, P., & Saint Martin, J. (2005). Pratiques sportives et mises en

- scène du genre : Entre conservation, lissage et reformulation. L'exemple de la jupe chez les joueuses de tennis. In A. Roger, *Sport et genre: Vol. 1. La conquête d'une citadelle masculine* (p. 369-379). Edition L'Harmattan.
- Lemière, S., & Silvera, R. (2008). Les différentes facettes des inégalités salariales hommes-femmes. *GRH et genre, les défis de l'égalité hommes-femmes edited by Annie Cornet, Jacqueline Laufer, and Sophia Belghiti-Mahut*, 139-157.
- Lepoutre, D. (2001). *Coeur de banlieue : Codes, rites, et langages*. Odile Jacob.
- Lev, A., & Hertzog, E. (2017). Typology of gender resistance and defiance in Israeli gyms. *Sport in Society*, 20(11), 1699-1714.
- Lizé, W. (2004). Imaginaire masculin et identité sexuelle. *Sociétés contemporaines*, 3, 43-67.
- Lloyd, C., & Payne, J. (2018). Licensed to skill ? The impact of occupational regulation on fitness instructors. *European Journal of Industrial Relations*, 24(1), 91-108.
- Loret, A. (1995). Génération glisse : Dans l'eau, l'air, la neige... La révolution du sport des «années fun». *Autrement. Série mutations (1989)*, 155-56.
- Louchet, C. (2020). *Défense d'entrer : Accès réservé aux femmes : Sociologie des salles de remise en forme "non mixtes"*. Université de Lyon.
- Louchet, C., & Neys, O. H. (2018). Les centres de remise en forme «réservés aux femmes» : Une injonction à la santé d'un nouveau genre? *Sciences sociales et santé*, 36(3), 5-30.
- Louveau, C. (2004). Sexuation du travail sportif et construction sociale de la féminité. *Cahiers du Genre*, 36(1), 163. <https://doi.org/10.3917/cdge.036.0163>
- Louveau, C. (2007a). Le corps sportif : Un capital rentable pour tous ? *Actuel Marx*, 41(1), 55. <https://doi.org/10.3917/amx.041.0055>
- Louveau, C. (2007b). Le corps sportif : Un capital rentable pour tous ? *Actuel Marx*, n° 41(1), 55-70.
- Löwy, I. (2006). *L'emprise du genre : Masculinité, féminité, inégalité*. La dispute.
- Löwy, I., & Marry, C. (2007). Pour en finir avec la domination masculine. De A à Z. *Lectures, Les livres*.
- Maguire, J. S. (2008). Leisure and the obligation of self-work : An examination of the fitness field. *Leisure studies*, 27(1), 59-75.
- Maisonneuve, J., & Bruchon-Schweitzer, M. (1999). *Le corps et la beauté*. FeniXX.
- Malochet, G. (2007). Des femmes dans la maison des hommes. *Travail, genre et sociétés*, 1, 105-121.
- Marchetti, D. (2002). Les sous-champs spécialisés du journalisme. *Réseaux*, 111, 25-55.
- Maruani, M. (2003). *Travail et emploi des femmes*. La Découverte.
- Mathieu, N.-C. (1991). *L'anatomie politique : Catégorisations et idéologies du sexe*. Editions Indigo & Côté-femmes.
- Matonti, F. (2019). Le vêtement en politique. Représentation, ressemblance et faux pas. *Travail, genre et sociétés*, 1, 87-104.
- Mauger, G. (2006). *Les bandes, le milieu et la bohème populaire : Études de sociologie de la déviance des jeunes des classes populaires (1975-2005)*. Belin Paris.
- Mauss, M. (1978). *Sociologie et anthropologie*. PUF.
- Mauss, M. (2012). Les techniques du corps. In *Sociologie et anthropologie [1950]* (p. 365-386). PUF.
- Mazaud, C. (2012). Artisan, de l'homme de métier au gestionnaire? *Travail et emploi*, 130, 9-20.
- McCall, L. (1992). Does genderfit ? Bourdieu, feminism, and conceptions of social order. *Theory and society*, 21(6), 837-867.
- McKay, J., & Laberge, S. (2006). Sport et masculinités. *Clio. Femmes, genre, histoire*, 23, 239-267.
- Menesson, C. (2004a). Être une femme dans un sport «masculin». *Sociétés contemporaines*,

3, 69-90.

Menesson, C. (2004b). Être une femme dans un sport « masculin » : Modes de socialisation et construction des dispositions sexuelles. *Sociétés contemporaines*, 55(3), 69.

<https://doi.org/10.3917/soco.055.0069>

Menesson, C. (2005a). *Être une femme dans le monde des hommes. Socialisation sportive et construction du genre*. L'Harmattan.

Menesson, C. (2005b). Les femmes guides de haute montagne : Modes d'engagement et rapports au métier. *Travail, genre et sociétés*, 1, 117-137.

Menesson, C. (2005c). Les «formes identitaires» sexuées des femmes investies dans des sports «masculins». *Movement Sport Sciences*, 1, 63-90.

Menesson, C. (2006). Le gouvernement des corps des footballeuses et boxeuses de haut niveau. *Clio. Femmes, genre, histoire*, 23, 179-196.

Menesson, C. (2007a). *Corps, Sport et genre. Processus de socialisation et rapports de domination*. [Habilitation à Diriger les Recherches].

Menesson, C. (2007b). Les sportives 'professionnelles' : Travail du corps et division sexuée du travail. *Cahiers du genre*, 1, 19-42.

Menesson, C. (2011). Socialisation familiale et investissement des filles et des garçons dans les pratiques culturelles et sportives associatives. *Réseaux*, 4, 87-110.

Menesson, C. (2012). Gender regimes and habitus : An avenue for analyzing gender building in sports contexts. *Sociology of Sport Journal*, 29(1), 4-21.

Menesson, C., & Bertrand, J. (2016). Forger sa volonté ou s'exprimer : Les usages socialement différenciés des pratiques physiques et sportives enfantines. *Sociologie*, 7(4), 393-412.

Menesson, C., Bertrand, J., & Court, M. (2016). Forger sa volonté ou s'exprimer : Les usages socialement différenciés des pratiques physiques et sportives enfantines. *Sociologie*, 7(4), 393-412. Cairn.info.

Menesson, C., Bertrand, J., & Nicaise, S. (2019). *Quand le sport construit la classe*. Seuil.

Menesson, C., & Clément, J.-P. (2009). Boxer comme un homme, être une femme. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 4, 76-91.

Menesson, C., Salaméro, É., & Zolesio, E. (2014). Habiller, nourrir, soigner son enfant : La fabrication de corps de classes. *Recherches familiales*, 1, 43-52.

Menesson, C., Visentin, S., & Clément, J.-P. (2012). L'incorporation du genre en gymnastique rythmique. *Ethnologie française*, 42(3), 591-600.

Messner, M. A. (1992). *Power at play : Sports and the problem of masculinity*. Beacon Press.

Messner, M. A. (1996). Studying up on sex. *Sociology of Sport Journal*, 13(3), 221-237.

Messner, M. A., & Sabo, D. F. (1990). *Sport, men, and the gender order : Critical feminist perspectives* (Vol. 10). Human Kinetics.

Millington, B. (2016). Fit for presumption : Interactivity and the second fitness boom. *Media, Culture & Society*, 38(8), 1184-1200.

Molinier, P. (2004). Psychodynamique du travail et rapports sociaux de sexe. *Travail et emploi*, 97.

Molinier, P. (2013). *Le travail du care*. Dispute (La).

Monnot, C. (2012). *De la harpe au trombone. Apprentissage instrumental et construction du genre*. Rennes (Presses universitaires de).

Muel-Dreyfus, F. (1996). *Vichy et l'éternel féminin : Contribution à une sociologie politique de l'ordre des corps*. Seuil.

Nash, M. (2012). 'Working out' for two : Performances of 'fitness' and femininity in Australian prenatal aerobics classes. *Gender, Place & Culture*, 19(4), 449-471.

Negrone, C. (2005). La reconversion professionnelle volontaire : D'une bifurcation professionnelle à une bifurcation biographique. *Cahiers internationaux de sociologie*, 2,

311-331.

- Neveu, E. (2000). Le genre du journalisme. Des ambivalences de la féminisation d'une profession. *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, 13(51), 179-212.
- Neys, O. H. (2007). Le 'chassé-croisé' des apparences sexuées : Stratégie d'insertion professionnelle des cadres commerciaux. *Cahiers du genre*, 1, 101-119.
- Neys, O. H. (2011). Le «physique de l'emploi». *Communications*, 2, 117-132.
- Nicaise, S. (2015). *Des trajectoires singulières. La construction sociale de l'engagement "gouine" dans la mobilisation "transpédégouine"*. Université de Toulouse, Université Toulouse III-Paul Sabatier.
- Oeser, A. (2019). Délocalisations industrielles au XXIe siècle et masculinités entre valorisation de la force physique et sa maîtrise. *Cahiers du Genre*, 2, 49-72.
- Ohl, F. (2000). L'efficacité symbolique de «l'authenticité» sur les marchés des biens sportifs. *Revue Française de management du sport*, 1, 2000.
- Paugam, S. (2014). Tableau Croisé. In S. Paugam, *Les 100 mots de la sociologie* (Que sais-je ?). Presse Universitaire de France.
- Penin, N. (2007). «Sports à risque» : Production, permanences et résistances à la domination masculine. *Nouvelles questions féministes*, 26(1), 90-105.
- Pfefferkorn, R. (2004). *Filières de formation sexuées : Métiers «féminins» et politiques de mixité professionnelle*. Editions de l'Ecole Normale Supérieure.
- Pichot, L., & Wipf, É. (2011). Le professeur de fitness au travail : Regard ethnographique en situation. *Communications*, 2, 133-146.
- Pinto, J. (1990). Une relation enchantée. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 84(1), 32-48.
- Pociello, C. (1981). Pratiques sportives et demandes sociales. *Travaux et Recherches*, 5.
- Pociello, C. (1989). Les tendances d'évolution des pratiques de loisirs sportifs. Essai de construction d'un modèle d'analyse prospective. *Mappemonde*, 2, 2-6.
- Pociello, C. (1995). *Les cultures corporelles*. Paris, PUF.
- Pruvost, G. (2007). La dynamique des professions à l'épreuve de la féminisation : L'ascension atypique des femmes commissaires. *Sociologie du travail*, 49(1), 84-99.
- Rasera, F., & Renahy, N. (2013a). Virilités : Au-delà du populaire. *Travail, genre et sociétés*, 1, 169-173.
- Rasera, F., & Renahy, N. (2013b). Virilités : Au-delà du populaire. *Travail, genre et sociétés*, n° 29(1), 169. <https://doi.org/10.3917/tgs.029.0169>
- Raveneau, G. (2011). Suer. *Ethnologie française*, 41(1), 49-57.
- Ravet, H. (2003). Professionnalisation féminine et féminisation d'une profession : Les artistes interprètes de musique. *Travail, genre et sociétés*, 1, 173-195.
- Ravet, H. (2007). Devenir clarinettiste. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 3, 50-67.
- Renahy, N. (2000). De l'appartenance ouvrière à la représentation territoriale : Le cas d'un club de football amateur en milieu rural. 24. *Colloque: Territoires prescrits, territoires vécus: inter-territorialité au coeur des recompositions des espaces ruraux*, 24 p.
- Rennes, J. (2016). Cochères parisiennes, le risque en spectacle. *Travail, genre et sociétés*, 36(2), 37-59. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/tgs.036.0037>
- Rennes, J., Lemarchant, C., & Bernard, L. (2019). Habits de travail. *Travail, genre et sociétés*, 1, 23-28.
- Retière, J.-N. (2003). Autour de l'autochtonie. Réflexions sur la notion de capital social populaire. *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, 16(63), 121-143.
- Revéret, C. (2004). Le discret Big Bang des loisirs sportifs de nature. *Les Cahiers Espaces, Sports de nature, des territoires et des hommes*, 82, 8-14.
- Ridgeway, C. L., & Correll, S. J. (2004). Unpacking the gender system : A theoretical perspective on gender beliefs and social relations. *Gender & society*, 18(4), 510-531.

- Rouault-Galdo, D. (2001). Les revenus des indépendants et dirigeants : La valorisation du bagage personnel. *Economie et statistique*, 348(1), 35-59.
- Roussel, P., & Duret, P. (2005). *Le corps et ses sociologies*. Armand Colin.
- Roynette, O. (2012). L'uniforme militaire au XIXe siècle : Une fabrique du masculin. *Clio. Femmes, genre, histoire*, 36, 109-128.
- Sablik, E., & Mennesson, C. (2008). Carrières sexuelles et pratiques sportives. *Sciences sociales et sport*, 1, 79-113.
- Sabo, D., & Panepinto, J. (1990). Football ritual and the social reproduction of masculinity. In D. Sabo, *Men and the Gender Order : Critical Feminist Perspective*. Human Kinetic Books.
- Salaméro, É., & Haschar-Noé, N. (2008). Les frontières entre le sport et l'art à l'épreuve des écoles professionnelles de cirque. *Staps*, 4, 85-99.
- Samak, M. (2017). Le prix du «retour» chez les agriculteurs «néo-ruraux». Travail en couple et travail invisible des femmes. *Travail et emploi*, 150, 53-78.
- Saouter, A. (2000). *Être rugby*. Editions la Maison des Sciences de l'Homme.
- Sassatelli, R. (2000). The commercialization of discipline : Keep-fit culture and its values. *Journal of Modern Italian Studies*, 5(3), 396-411.
- Sassatelli, R. (2010). *Fitness culture : Gyms and the commercialisation of discipline and fun*. Springer.
- Sauvadet, T. (2006). *Le Capital guerrier : Solidarité et concurrence entre jeunes de cité*. Armand Colin (Paris).
- Schoch, L. (2008). Presse écrite quotidienne sportive : Des femmes journalistes dans un monde d'hommes. *Colloque international Genre, Journalisme et presse écrite, IEP de Rennes*, 15-16.
- Schoch, L., & Ohl, F. (2011). Women sports journalists in Switzerland : Between assignment and negotiation of roles. *Sociology of Sport Journal*, 28(2), 189-208.
- Schotté, M. (2005). *Destins singuliers : La domination des coureurs marocains dans l'athlétisme français* [Thèse Staps]. Paris 10.
- Schotté, M. (2012). *La construction du "talent"*. *Sociologie de la domination des coureurs marocains*. Raisons d'agir.
- Schotté, M. (2016). Les possibles corporels : Support biologique, déterminations sociales. *Revue européenne des sciences sociales. European Journal of Social Sciences*, 54-1, 201-220.
- Schütz, G. (2006). Hôtesse d'accueil. *Terrains travaux*, 1, 137-156.
- Schwartz, O. (1990). Le baroque des biographies. *Les Cahiers de philosophie*, 10, 172-183.
- Schweitzer, S. (2002). *Femmes ont toujours travaillé (Les) : Une histoire du travail des femmes aux XIXe et XXe siècles*. Odile Jacob.
- Sémel, B. (2013). Les Précieuses du net : Quand le blog devient salon. *Nottingham French Studies*, 52(1), 81-96.
- Serre, D., Baudelot, C., Gollac, M., Bessière, C., Coutant, I., Godechot, O., & Viguiier, F. (2003). *Travailler pour être heureux?* Fayard.
- Silveira, J. (2014). *Jouer son âge sans perdre. Figures atypiques de femmes vieillissantes au cinéma*. Mémoire, Université de Montréal, Québec.
- Skeggs, B. (2015). *Des femmes respectables. Classe et genre en milieu populaire*. Agone.
- Snyder, K. A., & Green, A. I. (2008). Revisiting the glass escalator : The case of gender segregation in a female dominated occupation. *Social Problems*, 55(2), 271-299.
- Sohn, A.-M. (2009). Sois un homme! *La construction de la masculinité au XIXe siècle*, 181-292.
- Sorignet, P.-E. (2001). *Le métier de danseur contemporain* [Thèse de doctorat]. Paris, EHESS.
- Sorignet, P.-E. (2004a). La construction des identités sexuées et sexuelles au regard de la socialisation professionnelle : Le cas des danseurs contemporains. *Sociologie de l'Art*, 3, 9-34.

- Sorignet, P.-E. (2004b). Sortir d'un métier de vocation : Le cas des danseurs contemporains. *Sociétés contemporaines*, 4, 111-132.
- Steven, M., & Messner, M. A. (2002). Scoring Without Consant : Confronting Male Athletes Sexual Violence Against women. In Gatz Margaret, Messner %ichael Allan, Ball-Rockeach Sandra, *Paradoxes of youth and sport*. SUNY Press.
- Suaud, C. (1978). La vocation sacerdotale. *Paris: Éd. de Minuit*.
- Suaud, C. (1989). Espace des sports, espace social et effets d'âge [La diffusion du tennis, du squash et du golf dans l'agglomération nantaise] : La diffusion du tennis, du squash et du golf dans l'agglomération nantaise. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 79(1), 2-20. <https://doi.org/10.3406/arss.1989.2903>
- Suaud, C. (1996). Les états de la passion sportive. Espaces médiatiques et émotions. *Recherches en communication*, 5, 29-44.
- Supiot, A. (2000). Les nouveaux visages de la subordination. *Droit social*, 2, 131-145.
- Tabet, P. (1998). *La construction sociale de l'inégalité des sexes : Des outils et des corps*. Editions L'Harmattan.
- Tabet, P. (2004). *La grande arnaque : Sexualité des femmes et échange économique-sexuel*. Editions L'Harmattan.
- Teboul, J. (2015). Combattre et parader. *Terrains travaux*, 2, 99-115.
- Teboul, J. (2017). *Corps combattant. La production du soldat*. Maison des Sciences de l'Homme.
- Theberge, N. (2000). *Higher goals : Women's ice hockey and the politics of gender*. Albany, State University of New York Press.
- Thorpe, H. (2010). Bourdieu, gender reflexivity, and physical culture : A case of masculinities in the snowboarding field. *Journal of sport and social issues*, 34(2), 176-214.
- Traversier, M., & Ramaut, A. (2019). *La musique a-t-elle un genre?* Sorbonne (Editions de la).
- Trilling, L. (1994). *Sincérité et authenticité*. Grasset.
- Van Zanten, A. (2009). Le travail éducatif parental dans les classes moyennes et supérieures : Deux modes contrastés d'encadrement des pratiques et des choix des enfants. *Informations sociales*, 4, 80-87.
- Van Zoonen, L. (1998). A professional, unreliable, heroic marionette (M/F: Structure, agency and subjectivity in contemporary journalisms. *European Journal of Cultural Studies*, 1(1), 123-143.
- Van Zoonen, L. (2002). *One of the girls? : The changing gender of journalism*. Routledge.
- Vera Zambrano, S. (2012). *L'emprise du journalisme écotier ? Les professionnels de la politique dans la presse consacrée aux espaces privés des célébrités*. [Thèse de Sciences politiques]. Toulouse 1.
- Verret, M. (1995). *Chevilles ouvrières*. Editions de l'Atelier.
- Vigarelo, G. (2003). La séduction. *Le Portique. Revue de philosophie et de sciences humaines*, 12.
- Vigarelo, G. (2004). *Histoire de la beauté. Le corps et l'art d'embellir XVIème XXème siècles*. Paris: Seuil.
- Voegtli, M. (2004). Du Jeu dans le Je : Ruptures biographiques et travail de mise en cohérence. *Lien social et Politiques*, 51, 145-158.
- Voléry, I., & Tersigni, S. (2015). La masculinité hégémonique au crible de l'âge. Ce que les espaces d'animation fréquentés par les 9-13 ans nous disent des masculinités du capitalisme avancé. *Genre, sexualité & société*, 13.
- Wacquand, L. (2000). *Corps et âme, carnet d'un apprenti de boxeur*. Agone.
- Wacquand, L. (2015). Pour une sociologie de chair et de sang. *Terrains travaux*, 1, 239-256.
- Waser, A.-M. (1989). Le marché des partenaires. *Actes de la recherche en sciences sociales*,

80(1), 2-21.

Weber, M. (1992). *Essais sur la théorie de la science*. Pocket.

Weber, M. (2013). *Weber, M. : Économie et société I. Les catégories de la sociologie, trad. Sous la dir. De É. de Dampierre (abrégé en ES I), [1995]*.

Welzer-Lang, D. (2007). L'intervention auprès des hommes... aussi.... *Empan*, 65(1), 42-48.

Williams, C. L. (1992). The glass escalator : Hidden advantages for men in the "female" professions. *Social problems*, 39(3), 253-267.

Winter, M., & Robert, E. (1980). Male dominance, late capitalism, and the growth of instrumental reason. *Berkeley Journal of Sociology*, 249-80.

Wipf, É., Pichot, L., Bauger, P., & Mischler, S. (2008). L'appréciation des compétences dans le recrutement des professionnels par les exploitants des salles de remise en forme. *Staps*, 4, 9-28.

Woodward, K. (2006). Performing age, performing gender. *NWSA journal*, 162-189.

Yang, C.-F. J., Gray, P., & Pope Jr, H. G. (2005). Male body image in Taiwan versus the West : Yanggang Zhiqi meets the Adonis complex. *American Journal of Psychiatry*, 162(2), 263-269.

Zaidman, C. (1992). *Egalité entre les sexes : Mixité et démocratie*. Editions L'Harmattan.

Zarca, B. (1986). L'artisanat et ses valeurs : Une légitimité remise en cause. *Consommation et modes de vie*.

Zarca, B. (1988). Identité de métier et identité artisanale. *Revue française de sociologie*, 247-273.

Zarca, B. (2009). L'ethos professionnel des mathématiciens. *Revue française de sociologie*, 50(2), 351. <https://doi.org/10.3917/rfs.502.0351>

Zolesio, E. (2009a). « Chirurgiennes de garde » et humour "chirurgical". *¿ Interrogations? Revue pluridisciplinaire de sciences humaines et sociales*, 8, 159-177.

Zolesio, E. (2009b). Des femmes dans un métier d'hommes : L'apprentissage de la chirurgie. *Travail, genre et sociétés*, 2, 117-133.

Zolesio, E. (2012). La chirurgie et sa matrice de socialisation professionnelle. *Sociologie*, 3(4), 377-394.

Résumé :

A partir de la différenciation sexuée des trajectoires professionnelles, ce travail de thèse propose d'analyser les effets du sous champ (Bourdieu, 1991) du fitness sur la fabrique du genre chez les professionnel·le·s du fitness dans le département des Landes. Déconstruites au prisme du genre, ces trajectoires montrent l'inégalité de ce régime de genre du fitness (Connell, 1987), et des rapports de pouvoir entre les enquêté·e·s fortement liés aux enjeux économiques. Entre assignations de sexe et hyper concurrence économique, les indépendant·e·s donnent à voir des modèles de genre hybrides et novateurs de masculinités et féminités complices de la masculinité hégémonique et de l'emphasized feminity (Connell, 1987). Les nouvelles compétences professionnelles, la séduction et la marchandisation du corps viennent ainsi compléter un habitus de genre et un ensemble dispositionnel qui participent à définir le masculin et le féminin dans cet espace social.

Mots-clés :

Fitness - Corps - Genre - Professionnel·le·s - Masculinités - Féminités - Socialisations - Trajectoires

« The manufacture of gender among fitness professionals in rural areas: the case of the Landes department »

Abstract :

Based on the gendered differentiation of professional trajectories, this thesis analyses the effects of the subfield (Bourdieu, 1991) of fitness on the manufacture of gender among fitness professionals in the Landes department.

Deconstructed through the prism of gender, these trajectories show the inequality of this gender regime of fitness (Connell, 1987), and of the power relationships between the respondents which are strongly linked to economic issues. Between gender assignments and hyper competitive economy, the freelancers show hybrid and innovative gender models of masculinities and femininities that are complicit in hegemonic masculinity and emphasized feminity (Connell, 1987). The new professional skills, seduction and the commodification of the body thus complete a gender habitus and a set of dispositions that help define the masculinity and feminity in this social space.

Key words :

Fitness- Body – Gender – Professionals – Masculinity– Feminity - Socialisation -Trajectories