

REPRESENTATIONS, PRATIQUES ET ENJEUX SOCIAUX AUTOUR DES CENTRES DE FITNESS A COTONOU DANS LE CONTEXTE DE DEVELOPPEMENT DURABLE AU BENIN

Monique OUASSA KOUARO,

*Enseignante-chercheure, Maître de Conférences des Universités/Cames,
Département de Sociologie-Anthropologie, Université d'Abomey-Calavi,
mkouaro@gmail.com ; Tél : 00229 66 21 42 42.*

Résumé

De nos jours, le sport se positionne comme l'un des moyens les plus utilisés pour l'atteinte des objectifs du développement durable en Afrique. Cependant, il est loin de véhiculer uniquement des valeurs positives et fait l'objet de critiques parfois virulentes. Cette recherche vise à analyser les représentations, pratiques et enjeux sociaux autour des centres de fitness à Cotonou dans le contexte de développement durable. Elle a permis de comprendre en quoi ces centres intègrent ou non l'approche du développement durable dans leur fonctionnement. La démarche méthodologique utilisée est de type ethnographique. Elle a été conduite par une immersion dans ces centres pendant trois mois et repose sur des entretiens semi-directifs individuels réalisés avec 74 enquêtés composés de promoteurs, coaches, usagers et non usagers des centres de fitness. Ces acteurs ont été identifiés par des techniques de choix raisonné et d'itinéraire. Des observations directes ont été également réalisées dans ces centres. L'analyse des matériaux bruts a été fondée sur la méthode d'analyse de contenu des verbatim. Des investigations de terrain, il ressort qu'à Cotonou, le fitness se présente à la fois comme un facteur d'intégration sociale et d'inégalité sociale. Du coup, l'implication et l'investissement de l'Etat dans ce secteur s'avèrent indispensables pour la réduction des inégalités et l'atteinte des objectifs du développement durable au Bénin.

Mots clés : *fitness, représentations sociales, pratiques sociales, développement durable, Cotonou.*

Abstract

Today, sport is positioned as one of the most used means for achieving the goals of sustainable development in Africa. However, it is far from conveying only positive values and is the subject of sometimes virulent criticism. This research aims to analyze representations, practices and social issues around fitness centers in Cotonou in the context of sustainable development. It helped to understand how these centers integrate or not the approach of sustainable development in their operation. The methodological approach used is ethnographic. It was conducted by immersion in these centers for three months and is based

on individual semi-directive interviews conducted with 74 respondents composed of promoters, coaches, users and non-users of fitness centers. These actors have been identified by reasoned choice and route techniques. Direct observations have also been made in these centers. The analysis of the raw materials was based on the method of verbatim content analysis. On the ground, it appears that in Cotonou, fitness is both a factor of social integration and social inequality. As a result, the involvement and investment of the State in this sector are essential for the reduction of inequalities and the achievement of the objectives of sustainable development in Benin.

Key words: *fitness, social representations, social practices, sustainable development, Cotonou.*

Introduction

Le sport joue un rôle important en Afrique. Selon Shabafrouz (2015), « par ses effets positifs sur le plan sociopolitique et comme vecteur d'intégration sociale, le sport peut fortement contribuer à la réalisation de divers objectifs de développement » (Shabafrouz, 2015 : 1). Et pour preuve, le sport constitue l'un des instruments les plus à même de faciliter « l'amélioration de la santé, la prévention de la violence, l'égalité entre les sexes, la bonne gouvernance et la sensibilité environnementale » (Shabafrouz, 2015 : 1), bref, tout ce qu'il faut pour l'atteinte des objectifs du développement durable (ODD). Le développement durable est un type de développement qui permet de satisfaire les besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs (Brundtland, 1987).

Une telle préoccupation a été prise en compte par la résolution 58/5 adoptée par l'Assemblée générale des Nations Unies en novembre 2003 qui invite les gouvernements du monde à considérer le sport comme un moyen de promotion de l'éducation, de la santé, du développement et de la paix (Sever, 2005). « Qu'il s'agisse de compétitions professionnelles disputées par l'élite internationale ou de jeux pratiqués au sein des communautés locales et à l'école, le sport peut contribuer de manière efficace à atteindre différents objectifs du développement » (Sever, 2005 : 3).

Au Bénin en général et à Cotonou en particulier, depuis quelques décennies, force est de constater l'émergence de plusieurs pratiques sportives au rang desquelles figure le fitness, un sport pratiqué en salle.

Les « salles de remise en forme ou salles de fitness [...] sont un lieu mettant à disposition du public des équipements, un environnement et des prestations d'encadrement visant à l'amélioration de la condition physique, de la détente et du bien-être de ses clients » (Labonheur, 2016 : 4). De plus en plus, on note une prolifération des centres de fitness qui, au lieu de s'installer uniquement dans les quartiers huppés comme auparavant, se font place dans les quartiers populaires et périphériques de la ville de Cotonou.

« Aujourd'hui, le sport semble avoir gardé les faveurs des acteurs politiques et sociaux œuvrant en ce domaine. Pourtant, il est loin de véhiculer uniquement des valeurs positives et fait l'objet de critiques parfois virulentes » (Gasparini et Knobe, 2005 : 445). Si l'on note une forte affluence des diverses catégories d'âges, de sexes, de statuts socio-économiques dans la plupart des autres pratiques sportives populaires, les centres de fitness sont moins fréquentés et font l'objet de plusieurs représentations sociales. Les représentations des centres de fitness correspondent à des constructions tout à la fois collectives et individuelles, fondamentalement dynamiques, changeantes (Carbonnelle, 2005) autour de ces centres et des activités sportives qui y sont pratiquées. Comment se construisent et s'articulent alors les discours et pratiques autour des centres de fitness à Cotonou ? Les centres de fitness de Cotonou intègrent-ils l'approche du développement durable ?

L'objectif de cette recherche est d'analyser les représentations, pratiques et enjeux sociaux autour des centres de fitness à Cotonou dans le contexte de développement durable en vue de comprendre s'ils intègrent ou non l'approche du développement durable.

1. Cadre de la recherche et approche méthodologique

Cette recherche a pour cadre la ville de Cotonou. Créée en 1830 sur l'initiative de Ghézo, illustre roi de Danxomè, la ville de Cotonou s'est imposée comme la première agglomération, le centre le plus important du Bénin. La ville de Cotonou a connu une expansion spectaculaire extrêmement rapide notamment entre 1970 et 1990, avec le lotissement des localités suburbaines très peuplées. Elle s'étend sur une superficie de 79 km² et compte aujourd'hui treize (13) arrondissements. Cotonou

demeure la première ville la plus peuplée du Bénin avec 679.012 habitants en 2013 (INSAE, 2015). Il est le lieu de développement de plusieurs activités sportives de compétitions et de maintien en santé, individuellement ou collectivement pratiquées. La plupart de ces pratiques sportives sont importées. Au nombre de ces dernières figure le fitness qui fait l'objet de cette présente recherche.

De façon pratique, cette recherche a porté sur 4 centres de fitness à raison de 2 centres dans les quartiers huppés et 2 autres dans les quartiers populaires ou périphériques. Ces centres ont été sélectionnés en fonction de leur ancienneté (3 ans au minimum) et de leur situation géographique (quartier huppé et quartier périphérique). La démarche méthodologique utilisée est de nature qualitative appuyée de quelques données quantitatives. Elle a permis de mieux cerner les représentations, pratiques et enjeux sociaux autour des centres de fitness à Cotonou dans le contexte de développement durable à travers les discours et les pratiques des acteurs.

Ainsi, quatre catégories d'acteurs ont été identifiées pour la collecte des données de terrain. Il s'agit d'abord de 4 promoteurs de centres de fitness et de 4 coachs dont 1 par centre pour apprécier l'effet de ces centres sur la création d'emplois, sur le développement humain durable et décrire leur mode d'accompagnement des usagers de leur centre. Les promoteurs et les coachs constituent les deux premières catégories d'acteurs ciblées. Ensuite, 16 usagers des centres de fitness, dont 2 femmes et 2 hommes par centre, ont été approchés en vue de comprendre les raisons de leur adhésion aux centres de fitness, leurs représentations sur ces centres et leurs relations avec les autres usagers. Enfin, 50 acteurs non usagers des centres de fitness ont été également interviewés en vue de recueillir leurs perceptions sur ces centres et les raisons de leur non adhésion à ces centres. Ce qui fait un total de 74 enquêtés.

La sélection des enquêtés est basée sur la technique de choix raisonné et de la technique d'itinéraire. En effet, de façon générale, le choix d'un acteur dépend de la masse d'informations qu'il est supposé détenir sur la problématique soulevée par ce travail et de son appartenance à l'une des catégories d'acteurs précitées. De façon particulière, les promoteurs et coachs ont été sélectionnés en fonction de leur appartenance aux centres sélectionnés et de leur ancienneté dans le domaine (3 ans au

minimum). Les usagers sont les personnes ayant fait au moins un abonnement dans l'un des centres ciblés alors que les non usagers sont des personnes pratiquantes de sport mais qui ne se sont jamais abonnées à un centre de fitness.

En ce qui concerne les techniques et outils de collecte de données, le guide d'entretien a été utilisé pour réaliser des entretiens semi-directifs de durée et de qualité variables avec les acteurs identifiés. De même, une grille d'observation a été utilisée pour réaliser des observations directes sur les centres de fitness et les pratiques sportives qui y sont réalisées. Il s'agit de décrire notamment les catégories d'acteurs qui fréquentent ces centres, les équipements utilisés, les types d'activités en fonction des sexes, le déroulement des activités, les relations entre les usagers puis entre les usagers et les personnels des centres.

La collecte des données de terrain a duré trois mois (mars – mai 2020). Après la collecte des données, les entretiens ont été traduits, transcrits et saisis sous le logiciel Microsoft Word. Ensuite, l'analyse des matériaux bruts a été fondée sur le tri thématique, la triangulation et la méthode d'analyse de contenu des verbatim suivant l'interactionnisme symbolique de Blumer (Lacaze, 2013) et la théorie de la résilience de Buchheit, d'Aquino et Ducourtieux (2016). Sur le plan éthique, un consentement éclairé oral est recueilli auprès des personnes avec lesquelles nous avons réalisé des entretiens et la confidentialité des déclarations et l'anonymat des informateurs sont garantis. Dans l'objectif de préserver l'intégrité des acteurs, aucune photo n'a été réalisée au cours des séances d'observations sur le terrain.

2. Résultats

2.1. Description des centres de fitness et de leurs activités

À Cotonou, il y a généralement deux catégories de centres de fitness. On note d'une part ceux exerçant leurs activités au sein des hôtels et d'autre part, ceux créés en tant que site offrant exclusivement des services de fitness. Sur les 4 centres sur lesquels ont porté nos investigations, 2 se trouvent à l'intérieur d'un hôtel tandis que 2 autres sont hors d'hôtel. De plus, 3 d'entre eux ont été créés au cours de ces 10 dernières années contre 1 centre qui date d'une trentaine d'années et qui fait partie des tous premiers centres de fitness créés à Cotonou.

Selon les promoteurs des centres installés à l'intérieur d'un hôtel, l'idée de la création de ces centres est partie de la demande exprimée par les clients de leur hôtel. En effet, la majorité des clients expriment leurs désirs d'exercer des activités sportives le matin ou le soir sans aller loin de l'hôtel. Du coup, ils demandent aux gestionnaires de ces hôtels de discuter avec le promoteur de la création d'un centre de fitness au sein de l'hôtel. A cela s'ajoute leur ambition d'imiter les grands hôtels qu'ils ont visités à l'extérieur du pays qui offrent un tel service à leurs clients en dehors des autres services hôteliers.

« (...) j'ai beaucoup voyagé et j'ai compris qu'ailleurs, un hôtel, c'est un complexe où l'on offre une multitude de services en vue d'accrocher les potentiels clients, les mettre à l'aise. (...) cela me permet aussi d'augmenter mon chiffre d'affaire » (promotrice du centre de fitness A, Cotonou, mars 2020).

Par contre, selon les promoteurs des centres offrant uniquement des services de fitness, la création de leur centre est le fruit de leur ambition d'investir dans un domaine plaisant et de surtout réaliser un gros chiffre d'affaire. Du coup, le choix du site d'implantation du centre devient délicat. Les uns se basent sur le statut socioéconomique des acteurs vivant ou fréquentant le milieu.

« (...) j'ai choisi d'installer mon centre ici parce que c'est la zone de résidence des diplomates et de nombreux cadres du pays. Eux, ils connaissent l'importance des centres de fitness » (promotrice du centre de fitness C, Cotonou, mars 2020).

D'autres promoteurs sont à la recherche de « terre vierge ».

« En centre ville là-bas, il y a déjà trop de centres de fitness. C'est pourquoi j'ai préféré m'installer dans une zone où je n'aurai pas assez de concurrents » (promoteur du centre de fitness B, Cotonou, avril 2020).

Si les équipements utilisés dans les centres de fitness des hôtels et quartiers huppés sont de la « dernière génération » (coach du centre de fitness B, Cotonou, avril 2018), ceux des centres exerçant hors d'hôtel et dans les quartiers périphériques sont composés d'un mélange d'appareils importés et d'appareils fabriqués par les artisans locaux

(notamment les soudeurs). Au début de leur création, dans la plupart du temps, les activités sportives pratiquées dans ces différents centres sont composées des cours de fitness, d'aérobic, de musculation, de remise en forme. Mais aujourd'hui, dans l'objectif de diversifier leurs activités, de satisfaire leurs clients et d'augmenter leurs chiffres d'affaire, de nouvelles activités ont été ajoutées. Au nombre de ces activités, on note : handisport (pour les handicapés et pratiqué dans un seul centre sur 4 investigués), danse, karaté, boxe, vélo, crossfit, aquatique, natation, babitone, athlétisme, massage. Ces activités sportives et les centres de fitness mêmes nourrissent des discours qui se construisent et s'articulent de jours en jours à Cotonou.

2.2. Représentations sociales liées aux centres de fitness et aux relations entre les acteurs

A Cotonou, les représentations liées aux centres de fitness et aux relations entre les acteurs qui les fréquentent sont multiples et multifformes. Les unes expriment en quoi ces centres constituent un outil de développement humain durable alors que les autres en montrent leurs limites. Ce qui révèle le lien entre centre de fitness et approche du développement durable.

En effet, selon toutes les catégories d'acteurs interviewées, les centres de fitness constituent un excellent lieu de mise en forme et de maintien en santé. La quête d'une meilleure santé et d'obtention d'une forme corporelle socialement appréciée constitue la première cause de fréquentation des centres de fitness par les populations. Et ce qu'il y a de plus spécial ici, il y a un coach ou un moniteur qui adapte les exercices physiques en fonction de l'état de santé, de la capacité physique, de l'objectif poursuivi par les usagers ou groupes d'usagers.

« Mon centre est créé pour promouvoir la santé des populations (...). Le centre de fitness est un centre où l'on recherche la santé physique, la souplesse du corps et l'aptitude du travail en équipe. C'est ce qui détermine le plus l'adhésion des clients à notre centre » (promotrice du centre de fitness C, Cotonou, mars 2020).

Ces propos ont été renchérés par ceux d'un coach du centre de fitness A qui affirme ceci :

« (...) ici, nous agissons en matière de la prévention et de guérison des maladies. Nos exercices permettent aux clients de perdre du poids, maintenir leur forme, réguler leur tension, éviter l'asthme et d'autres maladies cardiovasculaires, renforcer le bas du corps et raffiner les jambes » (coach du centre de fitness A, Cotonou, mars 2020).

Ce qui a été confirmé par les usagers dont Habib qui en rend témoignage :

« Auparavant, je suis fréquemment malade. Mes parents ont dépensé beaucoup de l'argent pour prendre soins de moi. (...) mais depuis que j'ai commencé à suivre mon amie pour m'exercer ici, je tombe rarement malade. C'est vraiment bien hein ! » (Habib, usager d'un centre de fitness, Cotonou, avril 2020).

Mais en fouillant les motivations qui expliquent l'adhésion des usagers, sans occulter l'indéniable question de la santé, on comprend qu'en dehors de ceux qui y viennent sur le conseil de leur cardiologue, les hommes fréquentent ces centres pour renforcer leur muscle, « maintenir la vigueur sexuelle » (Roland, usager d'un centre de fitness, Cotonou, mai 2020) ou pratiquer le même sport que leurs femmes. Du côté des femmes, pour la plupart du temps, c'est pour maintenir leur forme ou retrouver leur forme socialement estimée et perdue après accouchement. De ces motivations sus-énumérées, il est revenu que les femmes fréquentent plus les centres de fitness que les hommes, selon les propos des gestionnaires des centres investigués (pas de statistique en la matière à cause de l'instabilité du taux de fréquentation).

Ensuite, selon les usagers des centres de fitness, l'abonnement à un centre de fitness est considéré comme un signe d'ascension sociale. En effet, à en croire à leurs propos, cet abonnement les retranscrit de la grande masse de la population et les insère dans une classe sportive structurée et spécifique. Ce sentiment de distinction, d'élévation sociale et d'estime de soi est renforcé par l'usage des machines, de la musique au cours de ces activités sportives.

« Tu vois ? Ici, c'est bien chic. Tu ne cours pas sur les trottoirs comme les autres. Tu fais ta course sur place

et les poussières ne te salissent pas. L'ambiance est bien conviviale ici. N'importe qui ne vient pas ici hein !» (Rosine, usagère d'un centre de fitness, Cotonou, mars 2020).

Les propos de cette femme n'est que la résultante d'une autre représentation que certains promoteurs des centres de fitness se font de ce domaine. Selon ces derniers, le fitness est une activité sportive réservée aux initiés, aux intellectuels (pour ne pas dire les lettrés). Ce qui conduit à coder utiliser un mot codé pour le désigner : « fitness ». C'est un mot, qui *a priori* ne dit pas grande chose à la plupart des personnes non usagères de ces centres. Mais elles se retrouvent très vite quand on parle de « centre de gym ». Alors que selon certains promoteurs, dans l'objectif de limiter le grand nombre, les personnes « d'une certaine classe » pour ne pas encombrer les salles de sport et endommager les machines, il faut utiliser le terme « fitness ».

« Le fitness, c'est une question de goût, d'habitude et de civilisation. Ce n'est pas pour tout le monde » (promotrice du centre de fitness D, Cotonou, mars 2020).

Cependant, le terme « fitness » n'est pas le seul élément qui écarte certaines classes sociales de la pratique de sport de salle à Cotonou. La cause la plus citée est l'argent, c'est-à-dire les frais d'abonnement aux centres de fitness. En effet, selon la plupart des usagers et surtout des non usagers, les centres de fitness sont perçus comme des lieux de sport des personnes nanties. En dehors des pièces à fournir tels que photos d'identités, actes de naissance, les tarifs d'abonnement aux 4 centres de fitness investigués se présentent comme suit :

- Centre C : 15.000 FCFA par mois ;
- Centre B : 15.000 FCFA par mois ou 1.500 FCFA par séance ;
- Centre D : 10.000 FCFA comme droit d'adhésion, 15.000 FCFA par mois ou 2.000 FCFA par séance ;
- Centre A : 30.000 FCFA comme droit d'adhésion, 35.000 FCFA à 60.000 FCFA par mois (selon le nombre d'activités choisies) avec une réduction de 32% pour les groupes d'au moins 5 personnes.

Vu le niveau socioéconomique de la population béninoise et un SMIG de moins de 50.000 FCFA, sans oublier les frais d'électricité, de loyer,

..., on comprend aisément les griefs des acteurs sociaux contre ces tarifs d'abonnement. Mais les promoteurs de ces centres ne manquent pas de se défendre. Pour eux, il s'agit d'un commerce et pas question de diminuer ces tarifs tant que l'Etat ou un organisme ne subventionne leurs activités.

« (...) je ne fais pas le volontariat ni le bénévolat. J'ai créé une entreprise pour me faire de l'argent et non pour faire de la faillite. C'est du commerce. Si on a des subventions on fera mieux » (promotrice du centre de fitness A, Cotonou, mars 2020).

Mais à en croire aux propos des coaches rencontrés, les frais d'abonnement constituent la principale raison de chute du taux de fréquentation des centres de fitness à Cotonou. Ce taux qui atteint son pic au cours des vacances scolaires et de la période des fêtes de nouvel an, chute drastiquement à la rentrée scolaire où le fitness passe de la nécessité à un objet de plaisir à cause de l'argent à dépenser. Les promoteurs des centres de fitness aussi en sont conscients.

« Nous notons une fréquentation de plus en plus accrues des centres de fitness depuis 2 ans. Mais le nombre d'adhérents n'est pas statique et dépend des périodes de l'année. Ils sont beaucoup plus nombreux en vacances qu'en année scolaire » (promotrice du centre de fitness A, Cotonou, mars 2020).

Ainsi, les frais d'abonnement aux centres de fitness renforcent l'écart entre personnes nanties et personnes démunies en matière d'accès à ces centres et par là, à ces pratiques sportives qui participent au développement humain durable.

Par ailleurs, selon les informateurs, les centres de fitness facilitent le brassage entre les personnes de catégories socioéconomiques différentes. Pour la plupart du temps, à la fin des activités de fitness, les usagers passent quelques temps ensemble pour se saluer, échanger sur les avancées connues par rapport à l'objectif de leur adhésion. Ils échangent également sur des questions qui leur sont propres. Il n'est pas rare de les voir échanger de contacts téléphoniques pour les affaires et relations amoureuses à en croire aux propos des usagers.

« (...) moi, je suis une opératrice économique. Et je n'hésite pas à m'approcher des autres adhérents du

centre pour leur présenter mes marchandises. Je vous assure que j'ai beaucoup gagné ici. Nous formons une autre famille ici» (Hélène, usagères d'un centre de fitness, Cotonou, avril 2020).

Il est important de signaler qu'une telle intégration des acteurs est facilitée et accélérée par l'ambiance que crée le coach au cours des exercices sportifs. Les petits propos comiques qu'il lance à l'endroit des uns et des autres pour les encourager à réussir les exercices et faire rire les autres, font tomber le complexe d'étranger ou d'inconnu qui se présente entre les acteurs à leur début. Ce qui fait que le niveau d'intégration peut varier d'un centre à un autre. Tous les coaches n'ont pas l'art d'amuser, de faire parler tout le monde. Il y a également le fait que dans les centres installés dans les quartiers les plus huppés, les comportements individualistes qui régnaient dans ces milieux impactent énormément le processus d'intégration des acteurs. La plupart des gens ne s'arrêtent même pas pour discuter avec qui que ce soit à la fin des séances de fitness. En dehors de ces représentations, le mode de fonctionnement des centres de fitness met également en évidence d'autres enjeux du développement durable.

2.3. Mode de fonctionnement des centres de fitness et promotion des ODD

L'installation des centres de fitness à Cotonou a contribué à l'insertion socioprofessionnelle de nombreuses personnes. Les centres de fitness constituent dès lors un vecteur de création d'emploi de par le recrutement des acteurs indispensables pour leur fonctionnement. Le nombre total de personnes travaillant dans les centres investigués varie entre 10 et 20 avec un salaire qui varie entre 30.000 FCFA et 200.000 FCFA. En dehors des promoteurs, les catégories de personnes qui travaillent dans ces centres sont : les gardiens, les agents d'entretien des salles et des machines, les techniciens réparateurs des machines, les secrétaires, les comptables, les coaches (stagiaire, apprenants, principaux). Il est à noter que sur les 4 centres investigués, le personnel de 2 centres est exclusivement masculin. Selon les promoteurs de ces centres, les femmes ne sont pas assez dynamiques pour faire ce travail. Dans le même ordre d'idée, pour d'autres personnes, l'installation des centres de fitness a facilité leur ascension sociale. C'est le cas de cet

informateur qui est passé de soudeur-chômeur au coach d'un grand centre de fitness.

« (...) j'avais fait la formation en soudure. J'ai été au Ghana où j'ai appris la fabrication des machines qu'on utilise dans un centre de fitness. Mais quand j'étais revenu à Cotonou, je n'ai pas les moyens nécessaires pour installer un atelier de soudure. (...) fortuitement, j'ai rencontré le promoteur de ce centre qui m'a pris comme le fabricant et le réparateur de ses équipements. Ensuite, il m'a initié à l'encadrement des groupes pour des exercices de fitness. Il y a de cela 11 ans que je travaille avec lui et je ne pense plus le quitter parce que grâce à ce travail, ma vie a complètement changé » (Gabriel, coach d'un centre de fitness, Cotonou, mai 2020).

Par ailleurs, généralement dans les centres de fitness, les séances d'exercice se déroulent entre 7 et 21 heures en vue de permettre à tout le monde de participer aux activités avant ou après le boulot. Mais à côté de cette idée d'intégration se déroulent d'autres pratiques d'exclusion entretenues par certains coachs qui préfèrent bien travailler avec les usagers qui leur donnent d'autres sous en dehors des frais d'abonnement dûment payés, selon les usagers. Cela a été confirmé par un coach qui atteste que, lui, il fait un massage sélectif chez les paralysés qui se sont inscrits dans son centre. Il justifie cela par le fait qu'il s'agit d'un travail difficile et qu'il a besoin d'être beaucoup plus gratifié avant de l'accomplir.

Du point de vue de la protection de l'environnement, les promoteurs reconnaissent que leurs installations polluent l'atmosphère à cause du gaz qu'émettent les appareils de climatisation et autres, dégradent progressivement le sol et l'immeuble dans lequel ils sont installés à cause des secousses des tapis. Mais les contraintes financières les limitent dans le processus de changement de comportement dans ce domaine en vue de protéger l'environnement.

« L'utilisation de l'énergie solaire peut aider à régler ce problème. Mais elle coûte excessivement chère. Il me faut au moins 100 millions de francs CFA sans oublier

les taxes et impôts » (promotrice du centre de fitness A, Cotonou, mars 2020).

Mais ces centres ne manquent pas de contribuer, d'une manière ou d'une autre, à la protection de l'environnement. Certains centres organisent des courses et des marches avec nettoyage de l'environnement, la sensibilisation de la population pour la protection de l'environnement.

« Quand on s'entretient, on doit entretenir aussi son environnement. Un environnement sain conduit au développement durable » (promotrice du centre de fitness C, Cotonou, mars 2020).

Sur le plan numérique, il est constaté qu'en dehors des installations technologiques, les centres de fitness investissent peu dans le numérique. Et l'effet immédiat est que cela affaiblit leurs stratégies de communication pour s'attirer un grand nombre de publique. Ils se contentent juste de quelques annonces radio, interview, réseaux sociaux. Le recours n'est pas jusque-là fait aux spots publicitaires et à la publicité sur les chaînes de télévision. La plupart des usagers rencontrés affirment qu'ils ont connu leur centre de fréquentation par le biais d'un ami, d'un proche ou bien l'ont fortuitement découvert en circulant dans cette zone.

Enfin, sur le plan de partenariat public/privé, il est revenu que l'Etat béninois ne s'intéresse pas encore au domaine de fitness. A en croire aux propos des promoteurs, aucun service du ministère du sport ou de la santé n'est en relation avec les centres de fitness à Cotonou. Ils n'obtiennent pas non plus une subvention de la part du gouvernement. Au contraire, il leur impose des impôts et taxes qui leur paraissent exorbitants. Alors, bien qu'ils aient l'ambition de diminuer les frais d'abonnement à leur centre, ils se voient contraints de maintenir les tarifs actuels en vue de faire face aux impôts et autres dépenses de fonctionnement de leur centre.

« Les taxes tuent les entreprises au Bénin. Quand l'initiative est prise les taxes augmentent alors qu'il n'y a pas d'action de l'État pour la valorisation des centres de fitness. (...) ainsi, les coûts répercutent sur les clients » (promotrice du centre de fitness A, Cotonou, mars 2020).

Et en matière de relation privé/privé, on note qu'il y a des formations initiées par plusieurs centres de fitness pour le recyclage des coaches. Il y a également certains coaches qui travaillent dans plusieurs centres. Certains centres se mettent aussi en partenariat avec d'autres organismes œuvrant dans les domaines de la santé et de l'environnement pour réaliser des activités allant dans le sens de la protection de l'environnement et du maintien de la santé.

3. Discussion

3.1. Le centre de fitness comme vecteur d'intégration sociale

Des résultats obtenus, il ressort que les centres de fitness constituent un vecteur d'intégration sociale. « L'intégration est une dynamique. Tous les éléments sont importants, ont un rôle précis dans le groupe et respecte l'intégrité des autres » (De Gaspari et Coquoz, 2013 : 30). La quête d'une meilleure santé met plusieurs personnes de classes sociales, de cultures, de sexes, d'âges différents en relation autour du fitness. Le fitness est perçu comme un moyen de réduire certains problèmes de santé tels que les risques de maladies cardio-vasculaires, les problèmes de dos, le stress ; les centres de fitness offrent ainsi à la clientèle des solutions flexibles pour évacuer la tension accumulée et rester en pleine forme (Labonheur, 2016).

Dans ce processus, l'adhésion à un centre de fitness constitue pour certains acteurs sociaux, notamment les femmes, un signe d'ascension sociale. Une nouvelle classe sociale se crée et l'on se plaint d'appartenir à une nouvelle famille composée des gens venus de tous les horizons qui s'offrent des opportunités d'affaires et de relation. Si certaines femmes ont entretemps perdues l'estime sociale à cause de la déformation de leur corps, le fitness constitue pour elles un moyen de réinsertion sociale. D'où le nombre de plus en plus croissant d'adhésion des femmes au centre de fitness qui dépasse largement celui des hommes à Cotonou. Cela confirme les résultats de Labonheur (2016) selon lesquels l'on assiste à une augmentation du taux de pratiques par les femmes qui atteint 60% des pratiquants en France. Ainsi, plus les besoins sont exprimés par les clients, plus les centres innovent dans la diversification de leurs activités en vue de les satisfaire (Labonheur, 2016) et de réaliser un grand chiffre d'affaire.

Par ailleurs, l'installation des centres de fitness à Cotonou constitue un vecteur d'ascension sociale. Certaines personnes appartenant à une couche défavorisée se voient leurs conditions de vie socioéconomique améliorées en décrochant un emploi dans ces centres. A cet effet, Sever (2005) pense que « le sport peut contribuer de manière efficace à atteindre différents objectifs du développement, (...) stimule les investissements et l'emploi » (Sever, 2005 : 3). Si le nombre exact de personnes employées dans ce secteur n'est pas connu au Bénin, Labonheur (2016) fait savoir qu'en France, ce secteur emploierait autour de 20.000 salariés. Cependant, Orban (2012) dans la même tendance que Gasparini et Talleu (2010), pense que le sport « [...] présente un paradoxe : il est tant un facteur d'inclusion que d'exclusion » (Orban, 2012 : 3). Il importe donc d'aborder ici, en quoi les centres de fitness constituent un facteur d'exclusion, mieux, une source de renforcement d'inégalités sociales à Cotonou.

3.2. Modes d'adhésion aux centres de fitness comme source de renforcement des inégalités sociales

A Cotonou, les frais d'abonnement fixés par les centres de fitness constituent la principale cause d'inégalité, du moins, de renforcement des inégalités sociales dans le monde du sport. Ne va pas au centre de fitness qui veut, mais seuls ceux qui le peuvent. Ces frais constituent une barrière fixée par ces centres pour limiter, sciemment ou non, l'accès à ce type de pratique sportive aux personnes à statut socioéconomique démunies. Le tarif mensuel le plus bas appliqué à Cotonou est de 15.000 FCFA au moment où il est de 20€ soit 13.100 FCFA environ en France (Labonheur, 2016). Vu le niveau économique des deux pays, l'on pourrait s'attendre de voir l'inverse. Mais c'est le contraire. Ici, au-delà de considérer l'état de pauvreté des individus, ce travail se positionne dans les approches et les mesures de l'inégalité qui « considèrent la population dans son ensemble » (Balafrej et Ayad, 2005 : 21).

Les frais d'abonnement constituent le principal critère de choix des centres de fitness par les clients. Même en France, les centres les moins chers sont les plus fréquentés (Labonheur, 2016). Une telle situation favorise la fréquentation des centres les plus chers par les personnes nanties et les moins chers par les personnes démunies. Cela inhibe le

brassage social qui pourrait exister entre les catégories sociales par le biais du fitness. En tout cas, la tendance actuelle est au low-cost et lorsque les gens se trouvent, parfois obligés de faire une réserve nécessaire pour adhérer à un centre de fitness dans la période des vacances, le fitness devient simplement une activité de détente (Labonheur, 2016). Selon Donnelly (1995), l'argent est un élément capital dans la réduction des inégalités. En effet, « le marché joue un rôle significatif en faisant du sport une marchandise (...). L'argent n'a ni sexe, (...), ni classe sociale, et comme tous les individus sont des clients potentiels (...), le marché peut entraîner une réduction des inégalités » (Donnelly, 1995 : 102).

Du point de vue communicationnel, la faiblesse des stratégies de communication utilisées par les centres de fitness à Cotonou, nourrit un large flou autour de la notion de fitness chez la grande masse de la population. Elle le considère comme quelque chose réservé aux lettrés. Il est rare de trouver un alphabète fréquenté un centre de fitness à Cotonou. Or, la majeure partie de la population est analphabète. Donc, les centres de fitness gagneraient et aideraient toutes les couches sociales en repensant leurs stratégies de communication. Ailleurs « les supports se multiplient : réseaux sociaux, TV, radio, cinéma, flyers etc. La remise en forme à petit prix est vraiment mise en avant de nos jours et séduit le grand public » (Labonheur, 2016 : 11).

On note également une forme d'inégalité homme/femme dans le fonctionnement des centres de fitness. « A travers la musculation (...), les hommes développent - majoritairement - leur force pour l'action ; les femmes travaillent davantage leurs formes pour la séduction. (...) Les femmes sportives posent de ce fait (...) la question du corps et de la féminité conformes à la désirabilité sociale » (Orban, 2012 : 5). Alors, de par sa nature même, le sport produit et révèle des inégalités dans la relation homme/femme et au sens des caractéristiques corporelles et des performances sportives (Davoise et Louveau, 1998 ; Donnelly, 1995 ; Bakken Ulseth et Seippel, 2011). Les inégalités et les discriminations entre les sexes perdurent au niveau de l'accès à la pratique et aux diverses disciplines sportives (Seb *et al.*, 2014).

3.3. Centre de fitness et promotion des comportements de la durabilité écologique

Aujourd'hui, la question de la durabilité écologique mérite d'être placée au cœur du fonctionnement des centres de fitness. Une chose est d'entretenir son corps dans un cadre sain (centre de fitness), mais l'autre est d'entretenir également le cadre de vie des acteurs sociaux. Autrement, les résultats escomptés, en matière de la santé, ne seront pas atteints. Alors il faut le développement d'un partenariat entre ces centres et d'autres centres qui offrent des services bio et environnementaux. L'implication de l'Etat dans ce processus est indispensable.

En France, par exemple, la promotion du fitness fait partie intégrante des campagnes gouvernementales mises en place sur le plan du Sport-Santé (Labonheur, 2016). Il y existe même des structures de fitness appartenant au secteur public (Labonheur, 2016). L'action de l'Etat dans ce domaine peut aider aussi à la réduction des inégalités sociales. « En fournissant des équipements et des services, les gouvernements contribuent eux aussi à réduire les inégalités » (Donnelly, 1995 : 102). Mais en dehors de toutes ces actions, la part des travaux des activistes de défense des droits de l'homme, des personnes handicapées et Agées, de lutte contre les inégalités sociales, de sports pour tous et de bonne forme physique, des mouvements écologiques en la matière ne sont pas négligeables (Donnelly, 1995). Il importe donc d'adapter ce modèle occidental transféré en Afrique noire au contexte local qui ne peut supporter la charge imposée pour le développement du sport (Gouda et Kpazai, 2012).

Mieux, les dirigeants et les promoteurs d'entreprises énergétiques devraient nouer un partenariat public et privée pour l'expérimentation et l'usage de l'énergie solaire dans ces centres de fitness ou de tout autre énergie non fossiles/ Ce partenariat public/privé pourrait réduire les coûts liés à l'utilisation de l'énergie dans ces centres de Fitness. La gestion rationnelle des ressources énergétiques devrait être un indicateur de la promotion du développement durable à travers la prise en compte du facteur écologique dans l'optimisation des revenus liés à cette activité. Par conséquent, la prise en compte de la réduction des impôts des centres de fitness d'une part, et d'autre part leur orientation

à une alimentation énergétique propre serait un atout dans la promotion du développement durable.

Car la pratique du fitness corrobore avec l'ODD 3, qui stipule de permettre à tous de vivre en bonne santé et permettre le bien-être de tous à tout âge. L'atteinte de cet objectif passe par la jouissance d'un environnement sain et durable.

Conclusion

Le sport joue un rôle important en Afrique dans le processus de la réalisation de divers objectifs de développement durable. Au Bénin, et particulièrement à Cotonou, le développement sportif ne cesse de croître. Plusieurs pratiques sportives y ont vu le jour depuis quelques décennies. Au rang de ces dernières se trouve le fitness. Si les centres de fitness semblent avoir gardé les faveurs des promoteurs et des acteurs sociaux, ils sont loin de véhiculer uniquement des valeurs positives et font l'objet de critiques parfois virulentes. L'objectif de ce travail est d'analyser les représentations, pratiques et enjeux sociaux autour des centres de fitness à Cotonou dans le contexte de développement durable. Ainsi, cet article a analysé comment les centres de fitness de Cotonou intègrent ou non l'approche du développement durable. Quatre catégories d'acteurs ont été identifiées pour la collecte des données de terrain. Il s'agit des promoteurs, des coachs, des usagers et des non usagers de ces centres.

Des données collectées, il ressort qu'à Cotonou, il existe deux catégories de centres de fitness. Il y a ceux qui sont créés à l'intérieur des hôtels pour satisfaire les besoins des clients et ceux créés en tant que site offrant exclusivement des services de fitness dans l'objectif d'investir dans un domaine plaisant, d'occuper une « terre vierge » et de surtout réaliser un gros chiffre d'affaire. Si les équipements utilisés dans les centres de fitness des hôtels et quartiers huppés sont de la « dernière génération », ceux des centres exerçant hors d'hôtel et dans les quartiers périphériques sont composés d'un mélange d'appareils importés et d'appareils fabriqués par les artisans locaux. Les activités sportives pratiquées dans ces différents centres se sont diversifiées au cours du temps.

En termes de représentations sociales liées aux centres de fitness et aux relations entre les acteurs, les informations collectées font état de ce que les centres de fitness constituent un excellent lieu de mise en forme et de maintien en santé ; les femmes fréquentent plus les centres de fitness que les hommes, mais elles sont sujettes à la reproduction des inégalités homme-femme en ce qui concerne le type de sport pratiqué (homme/musculation, femme/forme pour la séduction et la beauté). De plus, pour les uns, l'abonnement à un centre de fitness est considéré comme un signe d'ascension sociale. Alors que pour les autres, le fitness est une activité sportive réservée aux initiés, aux lettrés. Les centres de fitness sont également perçus comme des lieux de sport des personnes nanties. Ils facilitent aussi le brassage entre les personnes de catégories socioéconomiques différentes. Mais le niveau d'intégration peut varier d'un centre à un autre selon la zone d'installation et la compétence des coachs. Il est aussi important de souligner que les centres de fitness constituent un vecteur de création d'emplois et d'ascension sociale pour certaines personnes de par le recrutement des acteurs indispensables pour leur fonctionnement. Les questions de la protection de l'environnement, des énergies renouvelables et du partenariat public/privé ne sont pas encore réellement prises en compte par les acteurs du secteur de fitness et l'Etat au Bénin.

A Cotonou, le fitness se présente à la fois comme un facteur d'intégration sociale et d'inégalité sociale. Il urge que l'Etat s'implique et investisse dans ce secteur dans la mesure où le développement du fitness est un créneau porteur qu'il ne faut pas négliger et qui permet de toucher une cible plus élargie d'acteurs. Cela faciliterait l'atteinte des objectifs du développement durable.

Références bibliographiques

Augustin Jean-Pierre (2010), Éléments géopolitiques du sport africain, *Les Cahiers d'Outre-Mer*, 2010, n° 250, pp. 175-190.

Bakken Ulseth Anne-Lene et Seippel Ørnulf (2011), *Fitness, Class and Culture : Social Inequality in Fitness*, Published on the Internet, www.idrottsforum.org/articles/bakkenulseth-seippel/ bakkenulseth_seippel111123.html, (ISSN 1652-7224), 2011-11-23.

- Balafrej Amina et Ayad Mohamed** (2005), *Pauvreté et Facteurs d'Exclusion Sociale. Rapport thématique, Cinquantenaire de l'Indépendance du Royaume du Maroc. 50 ans de développement humain & perspectives 2025.*
- Brundtland Gro Harlem** (1987), *Le rapport Brundtland publié par la Commission mondiale sur l'Environnement et le Développement des Nations Unies.*
- Buchheit Pauline, d'Aquino Patrick et Ducourtieux Olivier** (2016), Cadre théoriques mobilisant les concepts de résilience et de vulnérabilité, in Parrinello Giacomo, Les enjeux de l'après : vulnérabilité et résilience à l'épreuve des politiques de la catastrophe au 20^e siècle, *Vertigo – la revue électronique en sciences de l'environnement*, vol. 16, n°1, [en ligne], mis en ligne le 09 mai 2016, consulté le 15 septembre 2018. URL : <http://journals.openedition.org/vertigo/17131>
- Carbannelle Sylvie** (2005), Jalons pour une analyse critique des «représentations de la maladie» in Alain Cherbonnier : Représentations de la santé et de la maladie. Actes du colloque organisé à Bruxelles le 12 décembre 2005, *ASBL Question Santé*, pp. 11-22.
- Davisse Annick et Louveau Catherine** (1998), *Sport, école, société : la différence des sexes*, Paris, L'Harmattan.
- De Gaspari Aurore et Coquoz Tanja** (2013), *Et si le sport était un moyen d'exclusion...*, Bachelor of Arts HES·SO en travail social, Valais Wallis Domaine Santé & Travail social.
- Donnelly Peter** (1995), Les inégalités sociales dans le sport. *Sociologie et sociétés*, vol. 27, n°1, pp. 91–104.
- Gasparini William et Knobe Sandrine** (2005), Le salut par le sport ? Effets et paradoxes d'une politique locale d'insertion. *Déviance et Société*, 2005, Vol. 29, N° 3, pp. 445-461.
- Gasparini William et Talleu Clotilde** (2012), *Sport et discrimination en Europe : Regards croisés de jeunes chercheurs et de journalistes européens*, Conseil de l'Europe.
- INSAE**, (2015). *RGPH4 : Que retenir des effectifs de population en 2013 ?*, Cotonou, juin 2015.
- Labonheur** (2016). *L'analyse du marché*. Wellness Sport Club Labonheur, Lectures [En ligne], mis en ligne en janvier 2016, consulté le 31 octobre 2018.URL: <https://labonheursite.wordpress.com/le-marche-de-la-remise-en-forme/>
- Lacaze Lionel** (2013), L'interactionnisme symbolique de Blumer revisité. *Sociétés*, vol. 121, n°3, pp. 41-52.

- Manisha Mondal** & **Arup Gayen** (2015), *Sociology, Sports Sociology and Human Resource Development IOSR Journal of Sports and Physical Education (IOSR-JSPE) e-ISSN: 2347-6737, p-ISSN: 2347-6745, Volume 2, Issue 1 (Jan - Feb. 2015), PP 17-19 www.iosrjournals.org DOI: 10.9790/6737-0211719 www.iosrjournals.org*
- Orban Céline** (2012), *Le sport: une machine à stéréotypes ?*, Secrétariat Général des FPS, Bruxelles.
- Prades José** (1995), *L'éthique de l'environnement et du développement*, PUF, Paris, 127pages.
- Schulenkorf Nico** (2019), *Sport and Sustainable Development: Designing, Managing and Leveraging Opportunities* www.iosrjournals.org DOI: 10.9790/6737-0211719 www.iosrjournals.org 17 | Page
- Seb Valiela et al.**, (2014), Les femmes dans le sport. *Circul'info* 72, N° 109, juin 2014.
- Sever Charlie** (2005), *Genre et sport. Pour une approche intégrée de l'égalité hommes-femmes dans les interventions de sport*, Direction du développement et de la coopération (DDC), Section Gouvernance/Unité Genre, Berne.
- Shabafrouz Sofia** (2015), *Sport et développement en Afrique*, GIZ, Eschborn.
- Younyoung Lee 1 and Seijun Lim 2,*2019, *Effects of Sports Activity on Sustainable Social Environment and Juvenile Aggression*, sustainability, www.mdpi.com/journal/sustainability consulté le 15 avril 2020