

Manuscrit publié dans la revue interdisciplinaire de la Faculté des Lettres et Sciences Humaines de l'Université de Dschang, *nkà' Lumière*, Semestre 1, Volume 19, Pages, 193-212.

Le travail émotionnel chez les agents de transferts d'argent en situation de concurrence

Gustave Georges MBOE, Ph. D, Psychologue des organisations, Chargé de cours,
mboegustavegeorges@gmail.com/gustave.mboe@univ-dschang.org

&

Sylvain Gautier NGUEUTEU FOUAKA, Psychologue du travail et des organisations,
fouakagautier@gmail.com
Université de Dschang

Résumé

La présente recherche évalue le lien entre le travail émotionnel et la situation de concurrence. S'appuyant sur le modèle théorique du travail émotionnel de Grandey¹, elle postule que la situation de concurrence amène les agents de transferts d'argent à accentuer le niveau de travail émotionnel. Administré auprès de 98 agents des deux sexes des différentes agences de transfert d'argent situées dans la ville de Dschang, l'Emotional Work Scale (EWS)² à trois dimensions a permis d'approuver les hypothèses spécifiques. Les résultats suggèrent que la situation de concurrence perçue par les répondants est reliée au travail émotionnel. Par ailleurs, l'affichage des émotions positives est davantage prédit au détriment de la dissonance et la sympathie émotionnelle.

Mots clés : travail émotionnel, agents de transfert d'argent, situation de concurrence, dissonance émotionnelle, sympathie émotionnelle

Abstract

This research assesses the relationship between emotional work and the competitive situation. Based on the theoretical model of the emotional work³, she postulates that the competitive situation leads the money transfer agents to increase the level of emotional work. The three-dimensional emotional work scale⁴ was administered to 98 agents of both sexes from different money transfer agencies located in the city of Dschang and approved specific assumptions. The results suggest that the perceived competition situation of the respondents is related to emotional work on the one hand and the display of positive emotions is further predicted to the detriment of dissonance and emotional sympathy.

Key words: emotional work, money transfer agents, competitive situation, emotional dissonance, emotional sympathy

¹ Grandey, Alicia, A. "Emotion regulation in the workplace: A new way to conceptualize emotional labor", In *Journal of Occupational Health Psychology*, n°51, pp. 95-110, 2000.

² Jonker, Cara. *Measures of emotion work: Factor structure and group differences in a care-giving population in South Africa*. WEI International European: Academic Conference Proceedings, 2012.

³ Ibid.

⁴ Ibid.

Introduction

La compétitivité d'une entreprise correspond à sa capacité d'affronter la concurrence et à réaliser des bénéfices sur les marchés où elle intervient. La concurrence quant-à elle, est une rivalité entre vendeurs/services où chaque vendeur tente d'augmenter les ventes, les profits et la part de marché, en faisant varier la combinaison de prix, de produits, de distribution et de promotion. Comme le relèvent certains auteurs, une entreprise qui maintient ses ventes, en augmentant ses marges et gagnant de nouveaux parts de marché, est certainement compétitive. Ceux-ci concluent donc que le profit demeure le meilleur indicateur de la compétitivité. En se fondant sur le gain dans une dimension économique, le chercheur dans l'étude du comportement humain va aussi porter son attention sur les personnes qui réalisent ces profits.

Le marché du transfert devient de plus en plus concurrentiels ce qui montre la multitude de microfinances qui exercent dans le domaine du transfert d'argent au Cameroun. Cet environnement concurrentiel amène les employés des différents services à émettre des stimuli motivationnels visant à inciter l'intension de rester chez le client. Ainsi, ceux-ci mettent en place, de manière consciente ou non, des mécanismes psychologiques pouvant faciliter cette intension de rester. De tous ces mécanismes, la mise en place des émotions dans les interactions au sein du service tout comme le travail émotionnel a particulièrement attiré l'attention des chercheurs. Rappelons avec Zapf⁵ que, l'émotion est un élément essentiel dans le processus de satisfaction du client et le travail émotionnel se produit lorsque l'on doit travailler avec les gens.

Dans la logique de Soares⁶, les chercheurs s'intéressent aux émotions engendrées par le travail et l'analyse du travail émotionnel, parce qu'il est bénéfique pour les organisations dans la mesure où c'est par le travail émotionnel que les employés répondent aux exigences de leur tâches⁷ malgré les effets nocifs observés sur la santé et le bien être psychologique des employés⁸. Le psychologue, en particulier le psychologue du travail et des organisations qui s'intéresse aux dimensions santé psychologique, bien-être, satisfaction au travail et bien d'autres, doit, notamment dans le contexte camerounais, porter une attention particulière au travail émotionnel. Celui-ci est observable chez les employés des micros finances,

⁵ Zapf, Dieter, "Emotion work and psychological well-being: A review of the literature and some conceptual considerations", In *Human Resource Management Review*, n°12, pp. 237-268, 2002.

⁶ Soares, Angelo, « Les émotions dans le travail », In *Travailler*, n°1, vol.9, pp. 9-18, 2003.

⁷ Ibid.

⁸ James, M, Diefendorff, J. et Robin, H, Gosserand, "Understanding the emotional labor process: A control theory perspective, In *Journal of Organizational Behavior*, n°24, pp. 945-959, 2003.

précisément ceux exerçant dans le domaine du transfert d'argent, en raison de la forte concurrence. Cet intérêt est cohérent avec la littérature émergente sur la satisfaction des clients qui met l'accent sur la composante émotionnelle dans l'analyse et l'évaluation des comportements des clients⁹.

Le travail émotionnel

D'un point de vue général, le travail émotionnel rentre dans le cadre des interactions employés-clients surtout dans les services qui demandent des échanges directs (face à face) avec le client (individu ou groupe qui interagit avec un employé dans le but d'acheter un service). Dans le processus d'interactions face à face ou voix-à-voix entre un client et un employé, l'employé se doit d'exprimer ou de maîtriser des émotions appropriées^{10,11,12,13}. Il s'agit précisément de la compréhension, l'évaluation et la gestion de ses propres émotions, ainsi que des émotions d'autrui, ou encore la gestion du sentiment pour créer un affichage facial et corporel publiquement observable¹⁴.

Le travail émotionnel, perçu comme la gestion, la maîtrise, l'affichage des émotions en situation de travail, a plusieurs caractéristiques : (a) se produit dans les interactions face à face ou voix-à-voix avec les clients; (b) sont affichées pour influencer les émotions, les attitudes et les comportements des autres; et (c) suit certaines règles et ceci peut particulièrement être problématique si les émotions à manifester sont variées^{15,16}. Ces différents affichages suivent des règles précises. Pour Goffman¹⁷, dans chaque interaction sociale, les individus suivent certaines règles. Selon Ekman que reprend Zapf¹⁸, ces règles d'affichage sont des normes et des standards de comportement indiquant quelles émotions sont appropriées dans une situation donnée, mais aussi comment ces émotions doivent être exprimées publiquement.

Le travail émotionnel comme concept multidimensionnel

⁹ Rust, Roland, T. et Oliver, Richard L., "Should We Delight the Customer?", In *Journal of the Academy of Marketing Science*, n°28, pp. 86-94, 2000.

¹⁰ Anafarta, Nilgün, "Job Satisfaction as a Mediator between Emotional Labor and the Intention to Quit", In *International Journal of Business and Social Science*, n°6, vol. 2, pp. 72-81, 2015.

¹¹ Brotheridge, Céleste, M. et Grandey, Alicia. A. "Emotional Labor and Burnout: Comparing Two Perspectives of People Work", In *Journal of Vocational Behavior*, n°60, pp. 17-39, 2002.

¹² Goodwin, Robyn, E; Groth, Markus et Frenkel, Stephen, J, "Relationships between emotional labor, job performance, and turnover", In *Journal of Vocational Behavior*, n°79, pp. 538-548, 2011.

¹³ Hennig-Thurau, Thorsten ; Groth, Markus ; Paul, Michael et Gremler, D. Dwayne, "Are All Smiles Created Equal? How Emotional Contagion and Emotional Labor Affect Service Relationships", In *Journal of Marketing*, n°70, pp. 58-73, 2006.

¹⁴ Hochschild, Arlie, Russell, *The managed heart*. Berkeley: University of California Press, 1983.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Morris, J. Andrew, et Feldman, Daniel, C, "The dimensions, antecedents, and consequences of emotional labor", In *Academy of Management Journal*, n°21, pp. 989-1010, 1996.

¹⁷ Goffman, Erving, *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday Anchor, 1959.

¹⁸ Ibid.

Selon Soares¹⁹ le travail émotionnel peut qualitativement se distinguer en deux types : le jeu superficiel (*surface acting*), et le jeu en profondeur (*deep acting*).

La première s'observe dans le cas où l'on feint des émotions qui ne sont pas réellement ressenties. Ici, lorsque Zapf²⁰ reprend Scherer, il estime que ce sont les schémas réactionnels physiologiques et le comportement expressif incluant l'expression faciale, la voix et le geste, qui sont les sous-systèmes constituant les émotions. Dans les faits, les employés essaient de gérer les aspects visibles des émotions qui apparaissent en surface et qui peuvent être observés par le partenaire d'interaction, pour les aligner sur les règles d'affichage de l'organisation. Les sentiments restent à cet effet inchangé.

Dans la seconde, le jeu en profondeur, les individus cherchent à ressentir l'émotion exprimée. Il est appelé « *l'action profonde active* » du fait que les individus tentent d'influencer ce qu'ils ressentent dans le but de devenir ou jouer le rôle qui leur est demandé d'afficher²¹. Il a deux fonctions : (1) réguler le comportement expressif et les sentiments intérieurs lorsqu'un employé doit dépenser des efforts pour afficher ses émotions, (2) il est trop mécanique pour satisfaire aux attentes des clients en matière de relations interpersonnelles authentiques²².

D'autres concepts tels que la régulation automatique des émotions, la dissonance émotionnelle, et la dissonance délibérative agissante ont été considérés comme les autres dimensionnalités du travail émotionnel²³.

Fonctions du travail émotionnel

Le travail émotionnel fait partie d'une tâche globale lié à l'accomplissement de la tâche et à l'augmentation de l'efficacité des tâches. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle Ashforth et Humphrey²⁴ considèrent le travail émotionnel comme une forme de gestion des impressions, car l'employé tente délibérément de favoriser certaines perceptions sociales de lui-même, influence ainsi les émotions des clients. Dans le secteur des services, les clients sont plus susceptibles de faire affaire avec une organisation, lorsqu'ils ont une interaction positive avec les fournisseurs de services. Cela devrait principalement dépendre de la mesure dans laquelle l'interaction avec les fournisseurs de services soutient ou menace leur estime de soi. Le travail émotionnel peut aider à rendre l'interaction sociale plus prévisible et à éviter

¹⁹ Ibid.

²⁰ Ibid.

²¹ Ibid.

²² Ibid.

²³ Ibid.

²⁴ Ashforth, Blake E, et Humphrey, Ronald, H, "Emotional labor in service roles: The influence of identity", In *Academy of Management Review*, n°181, pp. 88-155, 1993.

des situations embarrassantes, qui pourraient interrompre l'interaction avec les clients²⁵. De plus, le travail émotionnel peut aider à développer la confiance dans l'organisation, développant ou stabilisant ainsi la relation organisation-client.

Quatre raisons justifient l'importance des services en fonction des secteurs. Premièrement, l'évaluation de la qualité du service est souvent difficile ; deuxièmement le produit de service est immédiatement consommé et que des corrections, telles que le retour du produit, ne sont pas possibles²⁶ ; troisièmement, le travail émotionnel influence les émotions des clients, tout comme leur leurs cognitions et leurs comportements : par exemple, il est supposé qu'un client de bonne humeur serait plus susceptible d'acheter des choses. Quatrièmement, influencer l'émotion d'un client peut faciliter d'autres choses comme la fidélisation, l'intension de rester, la satisfaction. Dans le secteur du divertissement et dans les professions d'aide, influencer l'émotion des clients peut être le but ultime. Ceci est observable chez un psychothérapeute qui traite un patient dépressif ou une hôtesse dans une boîte de nuit. Son but est de faire en sorte que ses clients se sentent bien.

Conséquences du travail émotionnel

Le travail émotionnel est une forme spéciale et profonde d'exploitation humaine, qui affecte même la personnalité des travailleurs. Sur la base des découvertes empiriques qualitatives²⁷, les émotions qui ne sont pas ressenties naturellement au moment précis, conduisent à l'aliénation de ses sentiments, ce qui causerait une mauvaise santé psychologique. Plus il y a des interactions avec les clients, plus la fréquence d'affichage des émotions est élevée, et plus il faut monter des émotions qui ne sont pas ressenties. Par conséquent, les résultats sont négatifs.

La littérature consultée, met en exergue le burn out ou épuisement professionnel comme conséquence majeure du travail émotionnel. Selon Zapf²⁸, le burn out indique que les employés ne sont plus en mesure de gérer adéquatement leurs émotions lorsqu'ils interagissent avec les clients. Encore appelé épuisement professionnel, le burn out est axé sur trois dimensions: (1) l'épuisement émotionnel, (2) la dépersonnalisation et la (3) réduction des accomplissements personnels. Celui-ci se produit lorsqu'un employé devient émotionnellement trop impliqué dans les interactions avec les clients et qu'il a peu de moyens de reconstituer ses ressources émotionnelles²⁹. Lorsqu'une situation induit des réactions émotionnelles répétées que l'employé doit réguler, il peut ressentir un épuisement émotionnel,

²⁵ Ibid.

²⁶ Ibid.

²⁷ Ibid.

²⁸ Ibid.

²⁹ Ibid.

ou un épuisement de l'énergie et de la fatigue. Il est également une indication de l'incapacité croissante d'un employé à gérer adéquatement ses émotions lorsqu'il interagit avec ses clients³⁰. Le burn out est donc considéré³⁰ comme un élément central du travail dans les professions de la santé et des services sociaux³¹, en raison du contact élevé entre employé et les clients.

Le modèle théorique du travail émotionnel de Grandey

S'appuyant sur les travaux d'Hochschild³², Grandey³³ a développé un cadre conceptuel complet du travail émotionnel s'appuyant sur la théorie de la régulation des émotions³⁴. Le modèle suggère que les stratégies de travail émotionnel des employés se traduisent par plusieurs résultats de bien-être pour les individus (satisfaction professionnelle accrue et réduction du burn out et du stress) et des organisations (amélioration du rendement des employés et réduction du roulement).

Une supposition forte sous-jacente à l'exigence des employés d'afficher des émotions positives, est que de telles démonstrations émotionnelles sincères aboutissent à des résultats organisationnels favorables, notamment une meilleure rétention des employés et des clients, l'amélioration de la performance organisationnelle^{35,36}. Compte tenu de cette justification théorique, la présente recherche contribue à la littérature sur le travail émotionnel en examinant le travail émotionnel dans un environnement de forte concurrence.

Les agences de transfert d'argent au Cameroun en situation de concurrence

Le marché en floraison dans l'univers de la micro-finance au Cameroun est celui des agences spécialisées dans le transfert électronique de l'argent. Ces agences de transfert d'argent sont de plus en plus nombreuses³⁷. Express Union, Money Union, Express Transfert, Money Flash, Berimo Transfert d'Argent, Transfert union, etc. Ces agences sont présentes dans plusieurs structures (enceintes des banques, des supermarchés, des agences de voyages, même dans certains cybercafés, stations-services ou essenceries) et est calqué sur le modèle de Western union, le travail de ces agences consiste à payer de manière simple et quasi-immédiate des sommes d'argent en toute sécurité³⁸. La progression de la technologie a permis de dépasser cette forme de transaction. Celle-ci est progressivement remplacée par le

³⁰ Maslach, Christina, *Burnout: The costs of caring*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1982.

³¹ Zapf, Dieter ; Seifert, C ; Schonutte, B, , Mertini, H. et Holtz, M. "Emotion work and job stressors and their effect on burnout", In *Psychology and Health*, n°16, pp. 527-545, 2001.

³² Ibid.

³³ Ibid.

³⁴ Gross, James, J, "Emotion Regulation: Past, Present, Future", In *Cognition and Emotion*, n°13, vol.5, pp. 551-573, 1999.

³⁵ Ibid.

³⁶ Ibid.

³⁷ Cameroon-Info.Net. *Transfert d'argent: Le Boom des agences locales*. Retrieved from <http://www.cameroon-info.net/article/transfert-dargent-le-boom-des-agences-locales-91884.html>, 5-Feb-2005.

³⁸ Ibid.

transfert électronique. En effet, cette innovation organisationnelle axée sur la technologie s'observe même dans les zones de l'arrière-pays.

En référence aux agences de transfert d'argent au Cameroun, ceux-ci embauche en son sein un minimum de 3 à 5 employés, pour assurer les services comme l'envoi, le retrait, le dépôt d'argent dans la plus part des cas. Contrairement aux agences institutionnalisées, les opérateurs mobiles tels qu'Orange et MTN ont introduit le système mobile dans la procédure de transfert d'argent. Offrant ainsi des services non seulement rapide, simple et facile, mais aussi dispose des points de vente près que partout. De plus, tout le monde, même dans les points de vente de crédit de communication (call box), les transferts d'argent peuvent être effectués. Plus loin, le transfert d'argent peut même se faire de particulier à particulier (de client à client). Pour s'adapter à cette nouvelle forme de concurrence, les agences traditionnelles (Express Union) ont mis en place des services offrant le même modèle (système mobile money) mais qui est moins fluide.

La concurrence se produit lorsque différentes entreprises appartenant au même secteur d'activité offrent des produits identiques qui peuvent être de qualité différente et / ou des modalités différentes de services en vue de gagner plus de parts de marché et à fidéliser leur client. Selon Collins Dictionary of Economics³⁹, tous les économistes croient que la concurrence est nécessaire pour l'innovation et la croissance, même si peu d'entre eux sont d'accord sur la meilleure façon de favoriser la concurrence. C'est aussi le processus de rivalité active entre les vendeurs d'un produit particulier, dont la caractéristique est de chercher à gagner et conserver la demande des acheteurs en faveur de leurs offres respectives.

La concurrence peut prendre plusieurs formes, notamment la réduction des prix, la publicité et la promotion des ventes ; les variations de qualité, l'emballage et la conception. Elles produisent une segmentation du marché. La nature et l'intensité des relations concurrentielles sur un marché dépendent à leur tour de divers facteurs : (a) les caractéristiques des produits et des acheteurs, (b) l'ampleur de la concentration du marché et (c) les considérations de coût et de demande. En outre, le fournisseur est en mesure de déterminer le prix du produit sans craindre la concurrence d'autres sources ou par des produits de substitution.

La concurrence est directement influencée par les moyens par lesquels les entreprises produisent et distribuent leurs produits. Les aspects de la structure du marché qui sous-tendent le paysage concurrentiel sont: (1) le degré de concentration des vendeurs dans le marché, (2)

³⁹ Collins Dictionary of Economics, 4th ed. Competition. Retrieved from <https://financial-dictionary.thefreedictionary.com/competition>, 2005.

le degré de différenciation des produits et (3) la facilité ou la difficulté avec laquelle les nouveaux vendeurs peuvent entrer dans le marché.

La situation de concurrence et travail émotionnel

Les employés dans les rôles de service doivent effectuer un travail émotionnel (réguler les émotions inappropriées dans leur interaction quotidienne en face des clients) afin de se conformer à des normes émotionnelles qui sont en harmonie avec leurs exigences professionnelles^{40,41}. Les émotions sont une partie omniprésente et inséparable de l'expérience humaine et de la vie organisationnelle. Bien qu'elles eussent été ignorées dans l'étude du comportement organisationnel, les chercheurs tentent de plus en plus de démontrer comment elles sont gérées par les employés pour améliorer les résultats professionnels⁴², les effets positifs sur l'organisation⁴³, le burn out⁴⁴, la satisfaction au travail et l'intention d'arrêter de fumer⁴⁵, la performance globale du travail des employés et le chiffre d'affaires⁴⁶, le rôle de l'auto-efficacité⁴⁷ et ce, chez les infirmières⁴⁸, les employés des centres d'appels⁴⁹, les enseignants⁵⁰, des professeurs⁵¹ des policiers⁵², des travailleurs sociaux⁵³ et l'industrie hôtelière⁵⁴.

De cette littérature, il apparaît évident qu'aucune étude à notre connaissance dans le domaine du travail émotionnel prenant en compte la concurrence des marchés et s'appliquant au transfert d'argent n'a été rapportée. Or, la concurrence des marchés peut constituer un mobile de travail émotionnel pouvant avoir des conséquences positives et négatives. La conséquence positive favoriserait la rétention, l'intention de rester voir la

⁴⁰ Brotheridge, M., Céléste, Lee Raymond, T., "Development and validation of the Emotional Labour Scale", In *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, n° 76, pp. 365-379, 2003.

⁴¹ Zammuner, Vanda, Lucia, et Galli, Carine, "Wellbeing: Causes and consequences of emotion regulation in work settings", In *International Review of Psychiatry*, n°175, pp. 355-364, 2005.

⁴² Ibid.

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶ Ibid.

⁴⁷ Heuven, Ellen ; Bakker, Arnold, B., ; Schaufeli, Wilmar, B. et Huisman, Noortje, "The role of self-efficacy in performing emotion work", In *Journal of Vocational Behavior*, n°69, pp. 222-235, 2006.

⁴⁸ Grove, W., & Erickson, R., *The role of emotion in reducing burnout among registered nurses*. Conference paper presented at the annual meeting of the American Sociological Association, Montreal, 2006.

⁴⁹ Lewig, K. A., et Dollard, M. F., "Emotional dissonance, emotional exhaustion and job satisfaction in call center workers", In *European Journal of work and organizational psychology*, n°124, pp. 366-392, 2003.

⁵⁰ Visser, C. A., "Emotion work and well-being of secondary educators". Unpublished master's thesis, North-West University, Potchefstroom campus, Potchefstroom, 2006.

⁵¹ Bellas, M. L., "Emotional labor in academia: The case of professors", In *The Annals of American Academy*, n°5611, pp. 96-110, 1999.

⁵² Schaible, L. M., *The impact of emotional labor, value dissonance, and occupational identity on police officers' levels of cynicism and burnout*. Dissertation Abstracts International, Humanities and Social Sciences, 2006.

⁵³ Anderson, D. G., "Coping strategies and burnout among veteran child protection workers", In *Child and Neglect*, n°246, pp. 839-848, 2000.

⁵⁴ Chu, K. H., *The effects of emotional labor on employee work outcomes*. Dissertation Abstracts International, The Sciences and Engineering, 2004.

fidélisation du client. La conséquence négative favoriserait par contre le burn out, le stress voir la dépression. Le but de ce travail de recherche est d'analyser l'influence / l'incidence de la concurrence sur le travail émotionnel. Nous postulons qu'en fonction des cas, une situation de concurrence peut modérer ou accentuer le travail émotionnel. Ainsi, l'obligation de se conformer aux exigences de l'organisation en situation de concurrence accrue, face à des mastodontes ou multinationales, pourraient amener les employés à créer/générer voire entretenir des émotions idéelles même dans les conditions difficiles, juste pour maintenir ou fidéliser les anciens clients et conquérir de nouveaux qu'il faudrait à long terme fidéliser.

Hypothèse

La présente recherche tente de tester la prédiction selon laquelle, la situation de concurrence amène les agents de transferts d'argent à accentuer le niveau de travail émotionnel. De cette hypothèse générale, il en découle deux hypothèses de recherche :

H1 : il existe une relation significativement positive entre la situation de concurrence et le travail émotionnel

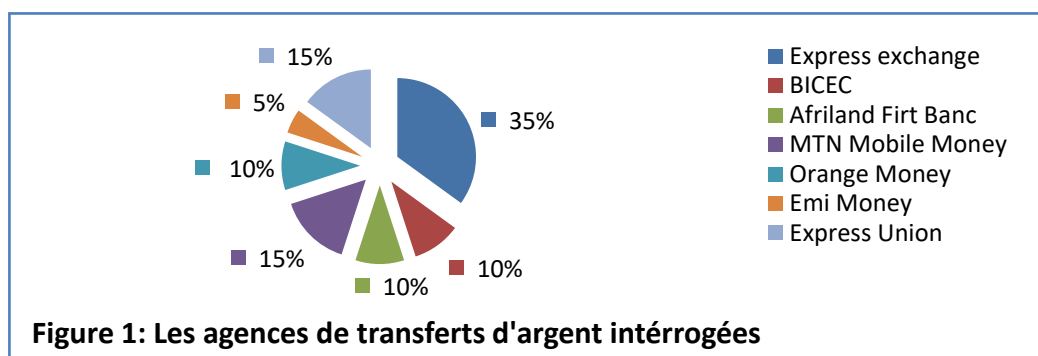
H2 : la situation de concurrence favorise l'affichage des émotions positives que la sympathie émotionnelle et la dissonance émotionnelle.

Méthodologie

Enquêtés / Répondants

Une enquête de terrain réalisée auprès des agences de transfert d'argent dans les villes de Dschang et Bafoussam ont permis de recueillir les informations à travers une technique d'échantillonnage probabiliste, avec un échantillon aléatoire simple. Cette technique a permis d'avoir les agents de transfert d'argent présentés dans la figure. Au total, 98 répondant(e)s des deux sexes (56 hommes et 42 femmes) de différents points d'agence de transfert d'argent ont volontairement accepté de prendre part à l'étude. Les instruments sont auto-administrés individuellement pendant les heures de pauses et 10 minutes ont été nécessaires pour donner leurs opinions.

La figure 1 ci-dessous met en exergue les pourcentages des agences interrogés.



D'après cette figure, les répondants sont pour la plus part agents des agences Express Exchange (35%), Express Union (15%), MTN Mobile Money (15%), Afriland Firt Bank (10%), Orange Money (10%), BICEC (10%) et Emi Money (5%).

Instruments de mesure et mode de passation

L'instrument de collecte de données, est la version révisée du Frankfurt Emotional Work Scale (FEWS)⁵⁵ notamment l'Emotional Work Scale (EWS)⁵⁶. Cette version courte, traduite en français, a été administrée aux répondants de cette étude. Elle est composée de 13 affirmations subdivisée en trois dimensions évaluant respectivement la sympathie émotionnelle (6 items, $\alpha = .85$) « À quelle fréquence devez-vous exprimer votre sympathie envers les clients? », la dissonance émotionnelle (4 items, $\alpha = .81$) « Combien de fois dans votre travail devez-vous supprimer les émotions afin d'apparaître «neutre» à l'extérieur? » et l'affichage des émotions positives (3 items, $\alpha = .76$) « À quelle fréquence devez-vous vous présenter comme étant d'humeur positive (c'est-à-dire de bonne humeur) lorsque vous traitez avec des clients? ». L'échelle a montré des indices de fiabilité assez satisfaisante ($\alpha = .81$). Les enquêtés doivent donner leur opinion en se positionnant sur une échelle de type Lykert en 5 point allant de 1 (Très rarement) à 5 (Très fréquemment).

La perception de la concurrence par les agents a elle aussi été évaluée par trois items dichotomiques mesurant d'une part la perception de la concurrence par (« Savez-vous que dans le domaine il y a de la concurrence ? ») et d'autre part la conscience de la concurrence (« Avez conscience de cette concurrence ? »).

Il a été assuré aux les participants de cette recherche qu'ils ne sont pas placés dans une situation où leur liberté de décision de participer à la recherche soit compromise. A cet effet,

⁵⁵Ibid.

⁵⁶ Ibid.

ils ont rempli anonymement le questionnaire auto-administré, et il a été rassuré que les données resteront confidentielle et seront détruit à traitement statistique.

Résultats

A travers IBM SPSS Statistics 21, les analyses descriptives, corrélationnelle et de régression sont effectuées dans le but de vérifier les hypothèses de recherche émises. Le critère d'inclusion des analyses des participants se referait à la question de savoir quels sont les services qu'offre l'agence. A cette question, la totalité des enquêtés atteste offrir dans leur agence des services de transfert d'argent (100%) constituer du dépôt, le retrait et l'envoi d'argent.

Profil des répondants

Certains caractéristiques sociodémographique tels que le statut matrimonial, 5 répondants attestent être célibataire (5,1%) ; d'autres, marié(e)s sous un régime monogame, constituent la majeure partie des enquêtés (64, 65,3%) ; 20 sont marié(e)s sous un régime polygame (20,4%) et 2 sont divorcés (9,2%). Des informations portant sur le niveau d'instruction révèle que, certains exercent avec le BAC/GCE-AL/BEP (14, 14,3%), le DEUG/DUT/BTS/DSEP/HND (20, 20,4%), la Licence/Ingénieur des travaux (34, 35,7%), et la Maîtrise/ /Ingénieur (30, 30,6%). D'autres informations recueillies portant sur la situation familiale, rapportent que certains parents ont au moins 1 enfant (39, 39,8%), d'autres sont parents de 2 à 4 enfants (54, 55,1%), et enfin 5 des répondants sont parents de 6 à 9 enfants (5,1%). Certains y travaillent depuis moins d'un an (2, 10%), la grande majorité ont au moins deux années de service (1 à 3 ans, 11 soit 55%), seul 2 ont déjà 4 ou 5 année de durée en service (3 à 5 ans soit 10%), et enfin 5 attestent avoir durée entre 5 à 10 année (25%).

Travail émotionnel et concurrence

Tableau 1 : Statistiques de tendance centrale et de corrélation des variables de l'étude

Variabes	M (E.T)	1	1.a.	1.b.	1.c.	2
1. TRAVAIL	37,10 (17,95)	/				
EMOTIONNEL						
1. a Sympathie émotionnelle	17,50 (7,66)	.74**	/			
1.b. Dissonance émotionnelle	11,05 (6,10)	.87***	.79**	/		
1.c. Affichage des émotion positive	8,55 (4,35)	.83***	.64**	.68**	/	
2. CONCURRENCE	3,15 (,48)	.35*	.34*	.33*	.40*	/

Note : * $p < .05$, ** $p < .001$, *** $p < .001$

Au regard du tableau ci-dessus, il en ressort que les agents de transfert d'argent régulent des émotions inappropriées dans leur interaction de face à face avec les clients ($M = 37.10$, $E.T. = 17,95$). Dans cette dynamique de régulation des émotions inappropriées, ceux-ci mettent en exergues la sympathie émotionnelle ($M = 17.50$, $E.T. = 7,66$), la dissonance émotionnelle ($M = 11.05$, $E.T. = 6.10$) et les émotions positives ($M = 8.55$, $E.T. = 4.35$). Ces résultats peuvent s'expliquer par la situation de forte concurrence ($M = 3,15$, $E.T. = .48$) à laquelle les entreprises évoluant dans ce domaine sont confrontées.

Mise à l'épreuve des hypothèses de recherche

Le tableau 1 présenté ci-dessus ressort les interrelations entre les différentes dimensions du travail émotionnel et la perception de la concurrence ceci dans l'optique d'éprouver l'hypothèse selon laquelle il existe une relation significativement positive entre la situation de concurrence et le travail émotionnel. D'un point de vue statistique les résultats obtenus après analyse (Tableau 1), rapporte que les dimensions du travail émotionnel sont non seulement inter corrélées entre elles, mais aussi avec la perception de la concurrence ($r = .35$ vs $.40$, $p < .05$). La situation de concurrence telle qu'observée dans le tableau 1 est aussi liée au travail émotionnel de manière générale ($r = .35$, $p < .05$). Ce résultat laisse percevoir une relation certes faible mais significatif. Le seuil de signification bilatéral se situant en dessous de la norme préconiser dans les sciences humaines et sociales ($.05$), nous amène à accepter l'hypothèse statistique au détriment de l'hypothèse nulle.

Il a été rapporté dans l'hypothèse deux que la situation de concurrence favorise l'affichage des émotions positives que la sympathie émotionnelle et la dissonance émotionnelle. Dans l'optique d'éprouver cette seconde hypothèse de recherche, il a été réalisé une analyse de régression linéaire.

Tableau 2 : Régression linéaire des composantes du travail émotionnel en relation avec la situation de concurrence

	Coefficients standardisés		
	Bêta	t	Sig.
Sympathie émotionnelle	-.06 ^a	-,05	,95
Dissonance émotionnelle	-,87 ^a	-,71	,48
Affichage des émotions positives	3,30**	4,41	,04

Note : * $p < .05$, ** $p < .001$, *** $p < .001$, a = n.s.

Le tableau 2 indique les coefficients de régression standardisés (β) pour chacune des composantes du travail émotionnel. Conformément à la prédiction, il est attendu que sur les trois composantes du travail émotionnel (sympathie émotionnel, dissonance émotionnelle, affichage des émotions positives), seul l'affichage des émotions positives est celle la plus

mise en exergue dans la situation de concurrence. Dans cette logique, l'analyse de régression réalisée permet de constater que la situation de concurrence prédit négativement et non significativement les deux indicateurs du travail émotionnel notamment la sympathie émotionnel ($\beta = -.06$, *n.s.*) et la dissonance émotionnelle ($\beta = -.87$, *n.s.*). Cependant, l'affichage des émotions positives a une valeur prédictive positive ($\beta = 3.30$, $p < .001$), ce qui apporte un appui à la seconde hypothèse de l'étude.

Discussion

Le but de cette recherche a été de mettre en relation la situation de concurrence et le travail émotionnel. Dans une enquête menée auprès des agents de transfert d'argent, il a été démontré que le travail émotionnel est régulé par les agents de transfert d'argent. Formulée sur la base tridimensionnelle par Jonker⁵⁷, les trois dimensions du travail émotionnel (la sympathie émotionnel, la dissonance émotionnelle, l'affichage des émotions positives) ont permis de formuler les hypothèses de cette recherche.

La première prédiction formulée qui postule qu'il existerait une relation entre la situation de concurrence et le travail émotionnel a été confirmée au regard des données des résultats obtenus. Elle s'explique par le fait que les employés de service des agences de transferts d'argent, dans le but de se maintenir, usent et utilisent les moyens de persuasion. Aussi, la perception de l'environnement concurrentiel en lien avec le travail émotionnel peut s'expliquer à travers le modèle de Grandey⁵⁸. En effet, la recherche de la satisfaction personnelle ou individuelle ainsi que l'amélioration du rendement constituent un mobile suffisant pour activer des stratégies de travail émotionnel. D'un point de vu individuel, les employés cherchent un plaisir personnel, celui d'atteindre les objectifs de l'organisation en situation de concurrence. Les éléments de motivation extrinsèque comme les primes, la promotion justifient eux aussi les mobiles de travail émotionnel. Relevons que la concurrence est une situation qui met en avant les défis au niveau personnel. Au regard des statistiques du chômage, un employé qui ne régule pas convenablement ses émotions pour atteindre des objectifs dans l'optique de favoriser chez les clients la rétention et l'intension de rester, d'améliorer la performance organisationnelle^{59,60} pourrait se voir licencié.

La seconde hypothèse formulée selon laquelle la situation de concurrence favorise plus l'affichage des émotions positives que la sympathie émotionnelle et la dissonance émotionnelle est elle aussi confirmée. Comme précédemment relevé, il est évident qu'un

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ Ibid.

affichage des émotions positives a une grande prédiction par rapport à la dissonance émotionnelle et la sympathie émotionnelle. En effet, les répondants éprouvent faiblement la dissonance émotionnelle parce que selon Zapf⁶¹ elle ne se produit lorsqu'un employé doit exprimer des émotions qui ne sont pas vraiment ressenties dans la situation particulière. En reprenant Abraham, Anafarta⁶² relève que cela est considéré comme une forme de conflit entre la personne et le rôle, dans lequel la réponse d'une personne diverge des attentes du rôle concernant l'affichage des émotions. L'expression de ce type est particulièrement complexe, d'où la difficulté à l'éprouver.

La difficulté à éprouver la troisième forme est due à ce qu'Hennig-Thurau, et al.⁶³ ont appelé la contagion émotionnelle c'est-à-dire la « *tendance à imiter et synchroniser automatiquement les expressions faciales, les vocalisations et les mouvements avec ceux d'une autre personne et, par conséquent, converger émotionnellement* »⁶⁴. Par exemple, lorsque les employés sourient aux clients, cela peut être contagieux, en ce sens qu'ils modifient l'état affectif des clients et influencent de ce fait ses perceptions et ses évaluations.

La présente recherche ouvre une nouvelle brèche dans les investigations portant sur les émotions en situation de travail, prenant en compte les micros finances précisément ceux exerçant dans le domaine du transfert d'argent en situation de concurrence. Si la situation de concurrence pousse l'employé à afficher des émotions au détriment de lui-même, alors des conséquences futures de stress et d'épuisement professionnel pourront être observées chez celui-ci. C'est la raison pour laquelle, des travaux subséquents pourront à l'avenir mettre en relation le travail émotionnel, le stress et l'épuisement professionnel chez les agents de transfert d'argent en situation de concurrence. Des limites liées à la taille de l'échantillon peuvent être relevées dans cette étude. En effet, des travaux futurs pourront aussi mener la recherche dans toutes les régions où une situation de concurrence sévit. Des études pourront également mettre en lien l'affichage du travail émotionnel, le sourire des employés, le sourire du client et son intention de rester partant des travaux de Hennig-Thurau, et al.⁶⁵ qui observent le lien entre les émotions ressenties par les clients, leur satisfaction et leurs intentions de fidélisation.

Conclusion

Cette recherche apporte un élan nouveau dans le domaine des agences de transfert d'argent, en y intégrant les émotions dans les interactions entre les agents (employés) et les

⁶¹ Ibid.

⁶² Ibid.

⁶³ Ibid.

⁶⁴ Hatfield, E., Cacioppo, J. T., et Rapson, R. L, *Emotional Contagion*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1994.

⁶⁵ Ibid.

clients. C'est d'ailleurs pour cette raison que les résultats peuvent aider les administrateurs des micros finances dans le domaine du transfert d'argent à comprendre et à prévenir les conséquences potentielles du comportement émotionnel des travailleurs car ceux-ci peuvent tirer profit des émotions positives des employés.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Anafarta, Nilgün, “Job Satisfaction as a Mediator between Emotional Labor and the Intention to Quit”, In *International Journal of Business and Social Science*, n°6, vol.2, pp. 72-81, 2015.

Anderson, D. G., “Coping strategies and burnout among veteran child protection workers”, In *Child and Neglect*, n°246, pp. 839-848, 2000.

Ashforth, Blake, E. et Humphrey, Ronald, H., “Emotional labor in service roles: The influence of identity”, In *Academy of Management Review*, n°181, pp. 88-155, 1993.

Bellas, M. L., “Emotional labor in academia: The case of professors”, In *The Annals of American Academy*, n°5611, pp. 96-110, 1999.

Brotheridge, Céleste, M. et Grandey, Alicia. A., “Emotional Labor and Burnout: Comparing Two Perspectives of People Work”, In *Journal of Vocational Behavior*, n°60, pp. 17-39, 2002.

Brotheridge, M., Céleste, et Lee Raymond, T., “Development and validation of the Emotional Labour Scale”, In *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, n° 76, pp. 365-379, 2003.

Cameroon-Info.Net., *Transfert d'argent: Le Boom des agences locales*. Retrieved from <http://www.cameroon-info.net/article/transfert-dargent-le-boom-des-agences-locales-91884.html>, 5-Feb-2005.

Chu, K., H., *The effects of emotional labor on employee work outcomes*. Dissertation Abstracts International, The Sciences and Engineering, 2004.

Collins Dictionary of Economics., *Competition (4th ed)*. Retrieved from <https://financial-dictionary.thefreedictionary.com/competition>, 2005.

Goffman, Erving, *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday Anchor, 1959.

Goodwin, Robyn, E.; Groth, Markus et Frenkel, Stephen, J., “Relationships between emotional labor, job performance, and turnover”, In *Journal of Vocational Behavior*, n°79, pp. 538-548, 2011.

Grandey, Alicia, A., “Emotion regulation in the workplace: A new way to conceptualize emotional labor”, In *Journal of Occupational Health Psychology*, n°51, pp. 95-110, 2000.

Gross, James, J., “Emotion Regulation: Past, Present, Future”, In *Cognition and Emotion*, n°13, vol.5, pp. 551-573, 1999.

Grove, W., et Erickson, R., *The role of emotion in reducing burnout among registered nurses*. Conference paper presented at the annual meeting of the American Sociological Association, Montreal, 2006.

Hatfield, E., Cacioppo, J. T., et Rapson, R. L., *Emotional Contagion*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1994.

Hennig-Thurau, Thorsten ; Groth, Markus ; Paul, Michael et Gremler, D. Dwayne, “Are All Smiles Created Equal? How Emotional Contagion and Emotional Labor Affect Service Relationships”, In *Journal of Marketing*, n°70, pp. 58-73, 2006.

Heuven, Ellen; Bakker, Arnold, B., ; Schaufeli, Wilmar, B. et Huisman, Noortje, “The role of self-efficacy in performing emotion work”, In *Journal of Vocational Behavior*, n°69, pp. 222-235, 2006.

Hochschild, Arlie, Russell, *The managed heart*. Berkeley: University of California Press, 1983.

James, M. ; Diefendorff, J. et Robin, H, Gosserand, “Understanding the emotional labor process: A control theory perspective, In *Journal of Organizational Behavior*, n°24, pp. 945-959, 2003.

Jonker, Cara, *Measures of emotion work: Factor structure and group differences in a caregiving population in South Africa*. WEI International European: Academic Conference Proceedings, 2012.

Lewig, K. A., et Dollard, M. F., “Emotional dissonance, emotional exhaustion and job satisfaction in call center workers”, In *European Journal of work and organizational psychology*, n°124, pp. 366-392, 2003.

Maslach, Christina, *Burnout: The costs of caring*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1982.

Morris, J., Andrew, et Feldman, Daniel, C., “The dimensions, antecedents, and consequences of emotional labor”, In *Academy of Management Journal*, n°21, pp. 989-1010, 1996.

Rust, Roland, T. et Oliver, Richard L., “Should We Delight the Customer?”, In *Journal of the Academy of Marketing Science*, n°28, pp. 86-94, 2000.

Schaible, L. M., *The impact of emotional labor, value dissonance, and occupational identity on police officers' levels of cynicism and burnout*. Dissertation Abstracts International, Humanities and Social Sciences, 2006.

Soares, Angelo, « Les émotions dans le travail », In *Travailler*, n°1, vol.9, pp. 9-18, 2003.

Visser, C. A., “*Emotion work and well-being of secondary educators*”. Unpublished master's thesis, North-West University, 2006.

Zammuner, Vanda, Lucia, et Galli, Carine, “Wellbeing: Causes and consequences of emotion regulation in work settings”, In *International Review of Psychiatry*, n°175, pp. 355-364, 2005.

Zapf, Dieter ; Seifert, C. ; Schonutte, B., Mertini, H. et Holtz, M., “Emotion work and job stressors and their effect on burnout”, In *Psychology and Health*, n°16, pp. 527-545, 2001.

Zapf, Dieter, “Emotion work and psychological well-being: A review of the literature and some conceptual considerations”, In *Human Resource Management Review*, n°12, pp. 237-268, 2002.