

Proposition pour une communication orale

Auteurs

Matthis Ravelonarivo, Philippe Sarnin

Titre de la communication

Promouvoir l'empowerment psychologique par l'intervention *job crafting* : le cas des salariés en relation de service chez SNCF. Quelle efficacité et perspectives ?

Résumé de la communication

1. Problématique / Contexte théorique

En nous ancrant dans les théories du modèle exigences-ressources (JD-R theory) et du *job crafting* (Demerouti, 2014), notre étude ambitionne de tester l'efficacité d'une intervention *job crafting* auprès de salariés en relation de service de l'entreprise SNCF. Nous formulons l'hypothèse que l'intervention permet de favoriser l'adoption de stratégies de *job crafting*. Par ailleurs, des résultats sont également attendus sur le développement de l'*empowerment* psychologique (Spreitzer, 1995) et l'amélioration de l'engagement au travail des salariés. Enfin, nous nous attendons à un effet interactionnel de l'intervention avec les pratiques managériales d'empowerment (Amundsen et Martinsen, 2014) du supérieur.

2. Méthodologie

L'étude repose sur un design quasi-expérimental avec un groupe contrôle ($n = 35$) et un groupe expérimental ($n = 27$). Les salariés du groupe expérimental ont accepté de participer à une intervention *job crafting* d'une demi-journée. Les salariés ont rempli un questionnaire à deux temps de la recherche. Ces mesures ont été réalisées avant l'intervention et un mois après. Les données ont été analysées à l'aide de modèles linéaires mixtes à mesures répétées.

3. Résultats

Les résultats des analyses sont partiellement conformes à nos prédictions. Aucun changement significatif n'est trouvé dans le groupe contrôle. En revanche dans le groupe expérimental, nous repérons un effet significatif de l'intervention pour certaines stratégies de *job crafting* et certaines dimensions de l'empowerment psychologique. Par ailleurs, le leadership d'empowerment semble être également un prédicteur de toutes ces dimensions.

4. Discussion

L'intervention semble avoir eu un effet sur les dimensions autodétermination et impact de l'empowerment psychologique ainsi que sur la stratégie de *job crafting* relative à la recherche de ressources sociales ; elle donne donc des résultats mitigés. Elle doit être comprise dans le contexte très spécifique dans lequel elle a été menée. En revanche, elle ouvre un certain nombre de

Proposition pour une communication orale

questionnements sur le rôle du contexte organisationnel et social dans le développement d'un job crafting opérant.

Références (maximum 3)

Amundsen, S., & Martinsen, Ø. L. (2014). Empowering leadership: Construct clarification, conceptualization, and validation of a new scale. *The Leadership Quarterly*, 25(3), 487–511. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2013.11.009>

Demerouti, E. (2014). Design your own job through job crafting. *European Psychologist*, 19(4), 237–247. <https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000188>

Spreitzer, G. M. (1995). Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1442–1465. <https://doi.org/10.2307/256865>

Mots-clés (maximum 5)

Job crafting, Intervention, quasi-expérimentation, leadership d'empowerment, empowerment psychologique