**Inventaire des possibilités de personnalisation de l’emploi (tableau 10.6)**

|  |  |
| --- | --- |
| Dimensions de personnalisation | Principales possibilités de personnalisation |
| Dimension *finale*  *Sens, contenu du travail et compétences mobilisées* | Possibilité de configurer son poste (missions, tâches et responsabilités assumées). Ce que la littérature appelle le *job moulding/crafting* illustre cette élasticité naturelle à la plupart des emplois.  Degré de polyvalence liée à l’organisation du travail.  Plan de formation personnalisé (gestion de l’employabilité).  Plan d’évolution professionnelle (mobilité et promotion).  Possibilité d’utiliser différents équipements, technologies, processus et systèmes de fonctionnement.  Et, *last but not least*, le *sens* que procure la finalité poursuivie par le travail. |
| Dimension *instrumentale*  *Reconnaissance directe et indirecte* | Rémunération directe (tenant compte des performances).  Rémunération indirecte, diverses formes de reconnaissance (système cafétéria, avec lien éventuel à l’aménagement du temps de travail).  Différents types de rapports contractuels de travail. |
| Dimension *physique* | Différents lieux de travail  Aménagement de la place (ou des places) de travail.  Aménagement du temps de travail (jour, semaine, mois, année, vie professionnelle entière). |
| Dimension *psycho-sociale*  *Sentiment d’appartenance et interactions sociales* | Appartenance à différentes unités organisationnelles, voire différentes équipes, comme autant d’univers psycho-sociaux (c’est-à-dire différentes équipes, différentes personnes responsables, etc.), ceci pour optimiser le *PO-fit*.  Mobilité interne inter-services, prêt de personnel  Organisation par projets favorisant l’appartenance à de multiples équipes de travail  Réseau de communication et groupements internes d’intérêts, « communautés » internes, voire externes (groupements professionnels, communauté d’apprentissage, réseaux sociaux internes et externes par exemple). |
| Dimension *éthique, culture et valeurs en action* | Cultures et sous-cultures de l’organisation, prônées et mises en action, notamment à travers les produits/services et projets concrètement conduits.  Démarche éthique et déontologique destinée aux membres de l’organisation, à certains emplois spécifiques.  Projets internes et externes menés par l’organisation, pour faire vivre ses valeurs et engagements (par exemple : projet de bénévolat). |