



MOVAPRO

Évaluation des motivations et des valeurs professionnelles

Validation psychométrique

SOMMAIRE

INTRODUCTION GÉNÉRALE	4
CONSIGNE GENERALE & METHODE DE MESURE	5
VALEURS PROFESSIONNELLES	7
Introduction aux valeurs professionnelles	7
Mode de passation & consigne.....	8
Données.....	9
Validité interne des valeurs	9
Commentaire sur le modèle des valeurs de Schwartz : 9 ou 10 dimensions ?	9
Valeurs : analyse de la structure	10
Valeurs : analyse des données et traitement des "anomalies"	11
Conclusion sur la validité interne des valeurs.....	14
Définition des dimensions relatives aux valeurs et fidélité	14
Autonomie	14
Stimulation	15
Hédonisme	15
Réussite.....	16
Pouvoir	16
Sécurité	17
Tradition	17
Conformité.....	18
Bienveillance.....	18
Universalisme.....	19
Conclusion sur la fidélité de l'évaluation des valeurs.....	19
Sensibilité de la mesure des valeurs	19
Asymétrie, aplatissement et normalité	19
Examen visuel des distributions	20
Conclusion sur la sensibilité	20
Éthique de la mesure des valeurs.....	20
Conclusion sur la validation psychométrique des valeurs	22
MOTIVATIONS PROFESSIONNELLES.....	23
Introduction aux motivations professionnelles	23
Mode de passation & consigne.....	24
Validité interne des motivations	25
Processus de création du modèle de base pour mesurer les motivations	25
Facteurs de premier ordre : analyse de la structure	26
Facteurs de premier ordre : analyse des données	27
Facteurs de second ordre : analyse de la structure.....	27
Facteurs de second ordre : analyse des données.....	29
Conclusion sur la validité interne des motivations.....	30
Définition des dimensions relatives aux motivations et fidélité	30
Opportunités professionnelles	30
Mobilité & déplacements	31
Stimulations intellectuelles.....	31
Spécialisation & expertise.....	32

Recherche de feedbacks	32
Service client.....	33
Réceptivité à l'ambiance.....	33
Travail en équipe.....	34
Compétition	34
Développement d'autrui	34
Conclusion sur la fidélité de l'évaluation des motivations	35
Sensibilité de la mesure des motivations	35
Asymétrie, aplatissement et normalité	35
Examen visuel des distributions	36
Éthique de la mesure des motivations.....	38
Conclusion sur la validation psychométrique des motivations	38
CONCLUSION GENERALE ET PERSPECTIVES	39

INTRODUCTION GÉNÉRALE

MOVAPRO est un test psychométrique conçu par Marc-Olivier Ritzi, psychologue, et Signa Assessment Sàrl, entreprise spécialisée dans l'élaboration et la distribution d'outils d'évaluation en contexte professionnel. Il s'appuie sur une approche rigoureuse et structurée pour explorer les ressorts profonds de l'engagement au travail, en mettant en lumière les valeurs qui guident les choix professionnels ainsi que les motivations qui nourrissent l'envie d'agir. À travers un questionnaire accessible et relativement vite complété, MOVAPRO permet de dresser un portrait nuancé de ce qui importe véritablement pour une personne dans son environnement de travail, offrant ainsi un éclairage précieux sur ses préférences, ses attentes et ses moteurs internes.

En termes de paternité, les premiers travaux autour de MOVAPRO ont démarré dès 2013, avec la préparation d'un outil n'ayant jamais dépassé le stade expérimental, nommé VALOR. En 2014, la première version était composée de 14 dimensions. Quelques aménagements et réflexions plus tard, MOTIVALEURS est né en 2019, composé de 28 dimensions dans sa première version – soit le double de VALOR. Son modèle sous-jacent ne distinguait pas les motivations des valeurs, et contenait des redondances avec HEXAPRO, le test de personnalité distribué par Signa Assessment. Ce n'est qu'en 2023 que les travaux ont repris, avec un nouveau nom, MOVAPRO, une ré-écriture complète de la structure comme du contenu, et une ferme intention de parvenir cette fois à une forme finalisée et validée d'un test de valeurs et de motivations professionnelles.

MOVAPRO se distingue par sa structure unique, articulée autour de deux volets complémentaires : il s'agit en réalité de deux tests en un, combinant une évaluation des valeurs, et une mesure ciblée des motivations, toutes deux axées sur des facteurs clés influençant l'engagement au travail. Le premier volet du test repose sur une adaptation au monde professionnel des deux modèles de Schwartz (de 1992 et de 2012). Le premier modèle (celui de 1992) identifie dix grandes valeurs universelles. Le deuxième (2012) repose sur le premier, composé de 19 facettes (dont 18 sont reprises dans MOVAPRO), entraînant de ce fait une sous-division de certaines dimensions. Le second volet de MOVAPRO se concentre sur les motivations professionnelles, c'est-à-dire les éléments concrets qui nourrissent l'envie d'agir, de s'impliquer, de progresser ou de se dépasser dans un cadre donné. Ici, le test explore des facteurs complémentaires aux valeurs.

Dans le présent document, les valeurs et les motivations ont fait l'objet d'une validation séparée : en effet, les deux parties du questionnaire n'évaluent pas exactement la même "matière", comme nous le verrons plus tard, et le nombre total de dimensions rend difficile une validation complète sur le plan psychométrique. A noter que les 10 dimensions motivationnelles ont été les premières à être stabilisées sur le plan factoriel. Afin d'accélérer la validation des valeurs, il a été décidé de n'appliquer que cette partie du questionnaire sur un échantillon séparé. Nous n'excluons pas un addendum à cette étude de validation ultérieurement, comportant des dimensions croisées entre les deux parties du questionnaire.

Dans un cadre professionnel, les applications de MOVAPRO sont nombreuses et particulièrement utiles à différents moments clés de la vie d'un individu ou d'une organisation. Lors d'un recrutement, il offre des données complémentaires pour évaluer la compatibilité entre les aspirations du candidat et les valeurs portées par l'entreprise ou l'équipe. Dans un contexte de mobilité interne ou de gestion de carrière, il aide à identifier les postes ou missions les plus en adéquation avec le profil motivationnel d'une personne. En accompagnement individuel — coaching, outplacement ou bilan de compétences —, il sert d'outil de réflexion et de projection pour construire un parcours professionnel cohérent et porteur de sens. En somme, MOVAPRO favorise une meilleure connaissance de soi, essentielle pour prendre des décisions éclairées tout au long de la vie professionnelle.

format à choix forcés — réduction des biais de désirabilité sociale et d'acquiescement — avec une granularité suffisante pour préserver la précision de la mesure. Lorsque le test HEXAPRO, par Fernandez, Golay et Ritzi (édité chez Signa Assessment), a été développé en parallèle, la même méthode de mesure a été employée (échelle à choix forcés gradués divisée en 6 niveau).

Dans les pages suivantes, nous nous concentrerons sur les spécificités des deux sous-tests (valeurs et motivations), tant pour ce qui a trait à leur passation que les résultats des données récoltées.

VALEURS PROFESSIONNELLES

Introduction aux valeurs professionnelles

Les valeurs constituent des principes directeurs fondamentaux qui orientent nos choix, nos comportements et nos jugements tout au long de notre existence. Selon Schwartz², les valeurs sont des "croyances liées aux affects qui, à travers une diversité de contextes, motivent l'action et guident l'évaluation des actions des autres, des politiques, des personnes et des événements". Selon Rokeach, elles se distinguent des attitudes par leur caractère transsituationnel et leur fonction de standards ou critères permettant d'évaluer ce qui est souhaitable³. Parks et Guay⁴ ont par ailleurs mis en évidence que les valeurs personnelles constituent des déterminants significatifs de la motivation au travail et de la satisfaction professionnelle, agissant comme des vecteurs de motivation intrinsèque lorsque l'environnement professionnel permet leur expression. Au passage, et comme nous le constatons, ces recherches mettent en exergue le lien étroit qu'entretiennent les valeurs et les motivations, justifiant l'usage d'un outil unique pour réunir ces deux concepts, même si la relations des unes et des autres n'est pas la même selon les auteurs et les choix faits pour MOVAPRO.

Plusieurs cadres théoriques ont été proposés pour conceptualiser et mesurer les valeurs humaines. Le modèle de Rokeach, pionnier dans ce domaine, identifiait 36 valeurs réparties en deux catégories principales, mais ne postulait pas de structure organisationnelle sous-jacente entre elles. Le modèle de Donald E. Super⁵ se focalisait spécifiquement sur les valeurs liées à la carrière ; certains auteurs ultérieurs ont également distingué les valeurs intrinsèques de valeurs extrinsèques dans ce modèle.

Le modèle de Schwartz⁶ s'est progressivement imposé comme le cadre de référence dominant dans l'étude des valeurs pour plusieurs raisons majeures. Premièrement, il repose sur une théorie robuste et empiriquement validée de la structure universelle des valeurs (avec toutefois des nuances que nous mentionnerons plus tard), postulant que celles-ci s'organisent selon un continuum circulaire reflétant leurs compatibilités et oppositions motivationnelles. Cette structure a été répliquée dans plus de 80 pays, démontrant une validité transculturelle forte⁷. Deuxièmement, le modèle identifie dix valeurs de base universelles — *autonomie, stimulation, hédonisme, réussite, pouvoir, sécurité, conformité, tradition, bienveillance et universalisme* — qui découlent de trois exigences universelles de l'existence humaine : les besoins biologiques des individus, les nécessités de l'interaction sociale coordonnée, et les exigences de survie et de bien-être des groupes. Le modèle raffiné de 2012 subdivise ces dix valeurs en 19 facettes plus spécifiques. Troisièmement, contrairement aux approches athéoriques, le modèle de Schwartz articule explicitement les relations dynamiques entre valeurs à travers une structure circomplexe organisée selon deux dimensions bipolaires — *ouverture au changement* versus *conservation*, et *affirmation de soi* versus *dépassement de soi*.

Bien que le modèle de Schwartz ait été conçu pour mesurer les valeurs universelles guidant la vie en général, son application au domaine professionnel nécessite une adaptation non seulement de contenu, mais aussi conceptuelle et méthodologique. Dans MOVAPRO, l'adaptation du modèle de Schwartz au monde professionnel se traduit par une reformulation des items pour refléter des situations, des choix et des préférences spécifiquement liés à l'environnement de travail, aux relations professionnelles, et

2 Schwartz, S. H. (1992). *Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries*. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)

3 Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. Free Press.

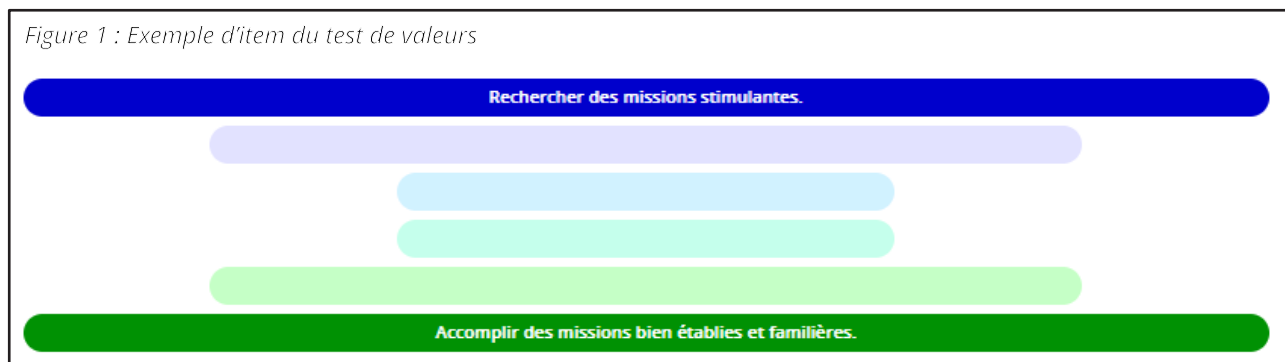
4 Parks, L., & Guay, R. P. (2009). *Personality, values, and motivation*. *Personality and Individual Differences*, 47(7), 675-684. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2009.06.002>

5 Super, D. E. (1970). *Work Values Inventory*. Houghton Mifflin.

6 Schwartz, S. H. (2012). *An overview of the Schwartz theory of basic values*. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 1-20. <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1116>

7 Schwartz, S. H., & Boehnke, K. (2004). *Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis*. *Journal of Research in Personality*, 38(3), 230-255. [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(03\)00069-2](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(03)00069-2)

Figure 1 : Exemple d'item du test de valeurs



aux décisions de carrière. Par exemple, là où le modèle original de Schwartz évalue l'autonomie comme valeur universelle, MOVAPRO la décline en termes d'autonomie de pensée et d'action dans le contexte professionnel, explorant la valorisation de l'indépendance dans la prise de décision, de l'initiative, et de la liberté dans l'organisation du travail. Cette contextualisation permet d'obtenir un portrait plus précis et opérationnellement pertinent en situation professionnelle, tout en conservant la structure théorique du modèle de Schwartz. L'objectif est ainsi de fournir aux praticiens et aux organisations un outil qui articule rigueur scientifique et pertinence appliquée, facilitant la compréhension des aspirations professionnelles individuelles et leur alignement avec les environnements de travail.

Mode de passation & consigne

La première partie du questionnaire est donc relative à l'évaluation des valeurs professionnelles.

Comme nous l'avons mentionné, le mode de passation choisi est basé sur une échelle à choix forcés gradués, divisée en 6 niveaux.

En plus de la consigne générale, une sous-consigne propre aux valeurs est affichée à l'attention du répondant ou de la répondante :

Examinez les propositions suivantes. Elles sont présentées deux par deux (une en haut, l'autre en bas). Choisissez la proposition la plus importante pour vous ou que vous valorisez le plus. Vous pouvez nuancer votre choix en sélectionnant une des quatre options intermédiaires : plus votre barre est proche de la proposition, plus celle-ci est importante (par rapport à son opposé).

Voir la figure 1 pour se donner une idée d'un item du questionnaire, et plus généralement de la méthode de l'échelle à choix forcés gradués.

59 propositions (sur 99 items) composent cette partie du questionnaire, avec un nombre variable de propositions par dimension. En effet, le modèle de Schwartz de 2012 postule que certaines des 10 dimensions du modèle de 1992 se subdivisent en facettes (1 à 3 par dimension, pour un total de 19

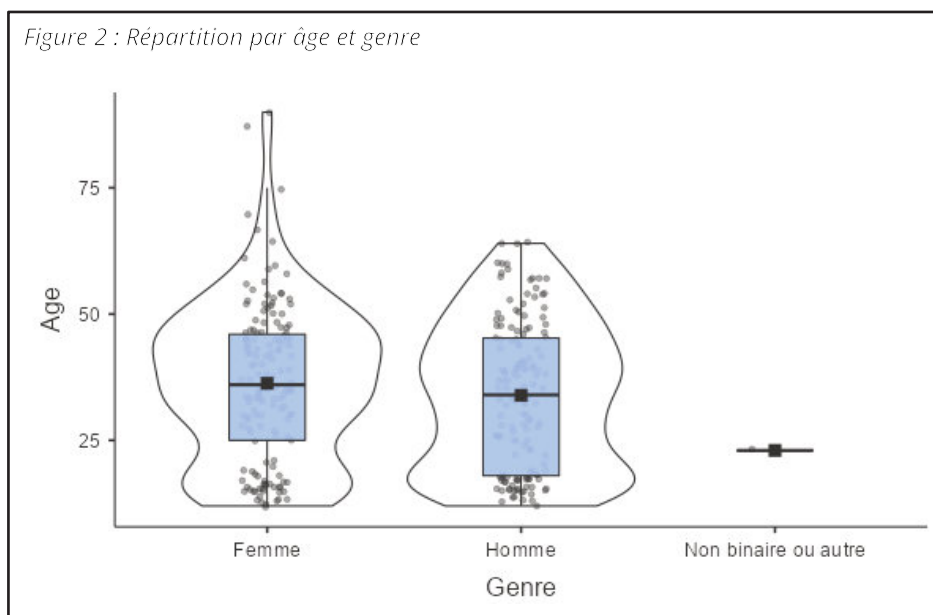
Tableau 1 : Données du test de valeurs, par genre

	Genre	Age
N	Femme	152
	Homme	148
	Non binaire ou autre	1
Moyenne	Femme	36.3
	Homme	33.9
	Non binaire ou autre	23.0
Médiane	Femme	36.0
	Homme	34.0
	Non binaire ou autre	23
Mode	Femme	15.0
	Homme	15.0
	Non binaire ou autre	23.0
Ecart-type	Femme	15.6
	Homme	14.6
	Non binaire ou autre	NaN
Minimum	Femme	12
	Homme	12
	Non binaire ou autre	23
Maximum	Femme	90
	Homme	64
	Non binaire ou autre	23

facettes dans le modèle de 2012).

Comme nous le verrons, le nombre total de facettes et dimensions des valeurs dans MOVAPRO s'élève à 18. Les dimensions constituées de deux facettes contiennent 6 items, et les dimensions constituées de 3 facettes contiennent 9 items, soit 3 items par facette. Quant aux dimensions constituées d'une seule facette, celles-ci contiennent 4 items.

Figure 2 : Répartition par âge et genre



Données

Les caractéristiques des de la population de référence, ayant permis l'analyse qui suit, figurent dans les encarts *Tableau 1* et *Figure 2*. Le nombre total de participant-e-s est de 301, dont 152 femmes, 148 hommes, et 1 non-binaire / autre. L'âge moyen est de 35.1 ans, l'âge médian de 35.0 ans, avec un âge minimum déclaré de 12 ans et un âge maximum déclaré de 90 ans. Comme nous le voyons en figure 2, la répartition des âges par genre est sensiblement identique.

Validité interne des valeurs

Commentaire sur le modèle des valeurs de Schwartz : 9 ou 10 dimensions ?

Bien que le modèle de Schwartz de 1992 se fonde sur 10 dimensions, les données empiriques obtenues au travers des recherches suggèrent dans les faits potentiellement 9 : ainsi, les dimensions *Tradition* et *Conformité* apparaissent comment des facettes différentes d'une dimension globalement identique, si ce n'est dans leurs finalités. Les analyses menées par Schwartz⁸, basées sur des études de 20 pays différents, ont en effet révélé que dans 29 échantillons sur 36, la modélisation des données par SSA (Smallest Space Analysis) ne plaçait pas la *Tradition* entre la *Conformité* et la *Bienveillance*, comme le prévoyait le prototype du modèle, mais à l'extérieur et dans le prolongement de la *Conformité*, suggérant que les données partagent dans la majorité des cas un facteur commun. Schwartz précise à ce sujet :

« L'objectif motivationnel des valeurs de conformité proposé dans la théorie était "la restriction des actions, inclinations et impulsions susceptibles de perturber ou de nuire à autrui, et de violer les attentes ou normes sociales". L'objectif des valeurs de tradition était "le respect, l'engagement et l'acceptation des coutumes et des idées que la culture ou la religion impose à l'individu".»

- Schwartz (1992), p. 40

Il ajoute par ailleurs :

« La question de savoir s'il vaut la peine de conserver la conformité et la tradition comme types de valeurs distincts dans la théorie dépendra de leur relation différente avec d'autres variables en raison

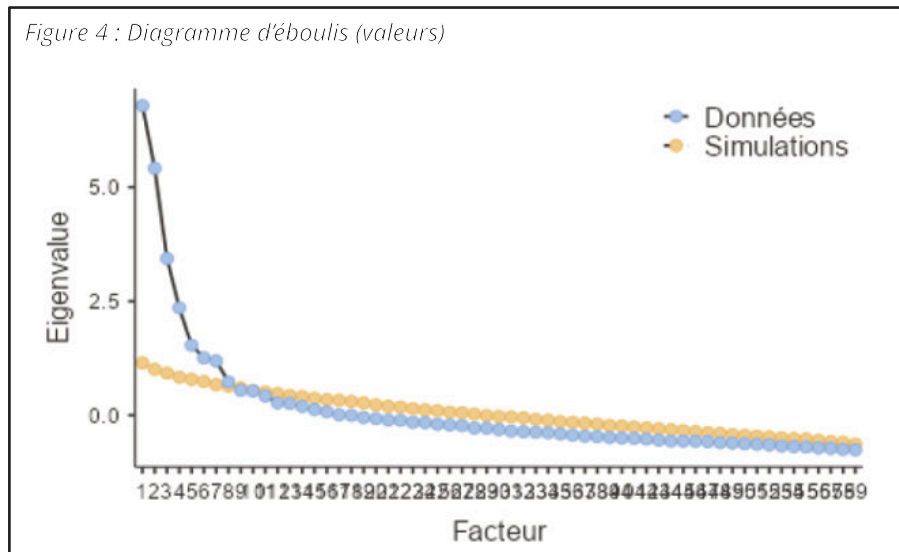
8 Schwartz, S. H. (1992). *Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries*. 10.1016/S0065-2601(08)60281-6.

Nous procédons ensuite à une analyse détaillée des items et de leurs saturations respectives (tableau 3).

Valeurs : analyse des données et traitement des "anomalies"

Nous avons donc procédé à une analyse factorielle exploratoire (AFE) pour déterminer le fit naturel des données (voir tableau 3). Au vu du modèle de Schwartz, qui par nature tolère des saturation croisée, et de la difficulté à présenter des distributions normales (voir chapitre intitulé "Asymétrie, aplatissement et normalité"), nous avons opté pour des méthodes de rotation et d'extraction qui toléraient ces

Figure 4 : Diagramme d'éboulis (valeurs)



particularités (rotation oblique et extraction par « résidu minimum »). Nous avons écarté de notre analyse les saturations inférieures à .3. Dans l'ensemble, nous constatons des saturations plutôt « propres » et significatives entre les items et leurs dimensions / facettes. Mais quelques éléments retiennent notre attention.

Tout d'abord, ce n'est pas une surprise si les items relatifs aux dimensions *Tradition* et *Conformité* (i7xx et i8xx) saturent dans un même facteur (no 5), au vu de ce qui précède. D'un point de vue statistique, il est difficile de les différencier. Comme le tableau 4 le révèle toutefois, une analyse factorielle exploratoire focalisée sur la combinaison de ces deux dimensions suggère qu'ils sont dans une certaine mesure différenciables. D'un point de vue statistique seulement, nous aurions pu traiter ces regroupements d'items comme des facettes d'une même dimension, mais nous prenons la décision, en conformité avec la vision et le modèle original de Schwartz, qui a aussi fait le choix final de les distinguer, d'accepter les saturations de ces items entre eux, tout en les présentant séparément dans les résultats individuels de MOVAPRO. Les praticien-ne-s ne devraient toutefois pas s'étonner de rencontrer des résultats individuels proches entre les dimensions *Conformité* et *Tradition* dans beaucoup de cas.

De plus, alors que la dimension *Conformité* devait initialement être composée de 2 sous-dimensions, pour respecter au mieux le modèle à 19 facettes de 2012 qui distinguait la *conformité aux règles* de la *conformité interpersonnelle*, seule la première a pu être validée dans notre set d'items. Les propositions relatives à la conformité interpersonnelle avaient en effet tendance à saturer négativement avec d'autres facteurs, comme *l'autonomie* (de pensée ou d'action) ou du *pouvoir* sans vraiment saturer avec la *conformité aux règles*. Seule la conformité à la hiérarchie (item i821) saturait correctement avec le reste de la dimension. Nous avons donc conservé cet item et l'avons rattaché à l'ensemble du groupe *Conformité* et *Tradition*, comme nous le voyons dans les tableaux 3 et 4. Nous avons également pris la décision d'écartier de cette version de MOVAPRO la 2^e facette de la *Conformité* dans sa globalité pour ne garder que la dimension principale, et ainsi passer d'un modèle de 19 facettes à 18. En l'état, la dimension *Conformité* se calque sur celle de la structure du modèle initial de 1992, en décrivant de manière indistincte une conformité aux attentes de la hiérarchie, du contexte et des règles.

Comme nous l'avons déjà mentionné, 8 dimensions (et non 10) ressortent de nos analyses statistiques. La fusion de deux dimensions a déjà été discutée et est justifiée par le modèle original. En revanche, de

Tableau 3 : Analyse factorielle exploratoire des valeurs, extraction RM, rotation Oblimin

	Facteur								Unicité
	1	2	3	4	5	6	7	8	
i112						0.468			0.747
i113						0.521			0.731
i114						0.450			0.621
i121						0.708			0.382
i122						0.548			0.526
i123						0.730			0.369
i211							0.537		0.523
i212							0.614		0.433
i213							0.512		0.485
i214							0.467		0.499
i311								0.650	0.496
i312								0.759	0.416
i313								0.622	0.545
i314								0.530	0.595
i411	0.421								0.569
i413	0.453								0.701
i414	0.382			0.356					0.679
i415	0.468								0.560
i511	0.545			-0.367					0.497
i512	0.529			-0.384					0.525
i513	0.654								0.519
i521	0.648								0.538
i522	0.676								0.462
i523	0.736								0.407
i611			0.418						0.750
i612			0.424						0.617
i613			0.527						0.651
i621			0.511						0.543
i622			0.678						0.455
i623			0.759						0.428
i631			0.610						0.563
i632			0.640						0.576
i633			0.528						0.701
i714					0.603				0.618
i715					0.500				0.655
i716					0.495		-0.354		0.589
i717					0.431				0.805
i811					0.428				0.578
i812					0.681				0.415
i813					0.555				0.460
i821					0.605				0.543
i912				0.628					0.515
i913				0.610					0.601
i914				0.474					0.701
i922				0.449					0.637
i923				0.463					0.662
i925				0.431					0.666
i931				0.458			0.370		0.556
i932				0.484					0.648
i933				0.440					0.623
i1013		0.520							0.585
i1014		0.489							0.645
i1015		0.673							0.544
i1021		0.457							0.708
i1023		0.525							0.659
i1025		0.598							0.567
i1031		0.658							0.528
i1032		0.743							0.385
i1033		0.557							0.663

manière plus inattendue, c'est la fusion dans notre jeu de données des items relatifs à la *Réussite* (i4xx) et ceux au *Pouvoir* (i5xx). Lors de nos différentes itérations de MOVAPRO, ces données tantôt fusionnaient, tantôt apparaissaient séparées. Mais là encore, cette situation n'est qu'une demi-surprise : Schwartz expliquait déjà dans ses différentes publications que les différentes dimensions, bien que séparées, entretenaient une certaine proximité avec les dimensions voisines, comme c'est le cas ici. Et là encore, le modèle original peinait à systématiquement séparer le *Pouvoir* de la *Réussite*, comme le mentionne Schwartz :

« Dans 28 des 37 échantillons où une région distincte de valeurs de *pouvoir* est apparue, cette région pouvait être reliée à l'origine commune comme postulé. Cependant, dans 26 échantillons, les limites de la région des valeurs de pouvoir pouvaient également être tracées de manière à la placer en dehors de la région des valeurs de *réussite*. L'emplacement le plus direct de la région de pouvoir était relié à l'origine dans 21 échantillons et en dehors de la *réussite* dans 16 échantillons. Le prototype reflète cette juxtaposition des régions de valeurs de *pouvoir* et de *réussite* : une limite tracée horizontalement au-dessus d'*ambitieux* (...) formerait un seul large secteur incluant à la fois les valeurs de *réussite* et de *pouvoir*, ces dernières étant situées à l'extérieur. »

- Schwartz (1992), p. 27

Schwartz a donc fait le choix de ne pas fusionner les dimensions de *Pouvoir* et de *Réussite*, quand bien même une partie des données (certes minoritaire) le suggéraient. Ce qui nous autorise à penser que les résultats que nous avons obtenus par analyse factorielle sur nos propres données ne sont pas seulement imputables à la construction de MOVAPRO, mais est plus généralement le reflet d'un modèle théorique acceptant des proximités marquées entre différents facteurs, au point de fusionner parfois entre eux. Ainsi, nos analyses factorielles appliquées à MOVAPRO suggèrent, comme les 16 échantillons de Schwartz, que ces deux dimensions sont fusionnables. Ce qui sous-entend que les personnes orientées vers la *Réussite* tendent aussi à se tourner vers le *Pouvoir* (et vice-versa).

En allant un peu plus loin et en nous focalisant sur la dynamique interne entre la dimension *Réussite* (constituée d'une seule facette, items i4xx) et de la dimension de *Pouvoir* (constituée de deux facettes : le *Prestige*, items i51x, et l'*Influence*, items i52x), notre analyse factorielle exploratoire ciblée (voir tableau 5) révèle que les items relatifs à la *Réussite* se distinguent bien des deux autres facettes du *Pouvoir* – qui elles-mêmes se distinguent l'une de l'autre. Là encore, nous aurions pu traiter la *Réussite* et les

Tableau 4 : AFE isolée des items des dimensions Tradition & Conformité

	Facteur		Unicité
	1	2	
i714	0.428	0.238	0.663
i715		0.483	0.715
i716	0.289	0.371	0.676
i717		0.648	0.610
i811	0.658		0.609
i812	0.746		0.383
i813	0.802		0.405
i821	0.618		0.576

Note. la méthode d'extraction 'Résidu minimum' a été utilisée en association avec une rotation 'oblimin'

Tableau 5 : AFE isolée des items des dimensions Réussite et Pouvoir

	Facteur			Unicité
	1	2	3	
i411			0.694	0.456
i413			0.637	0.604
i414			0.523	0.670
i415			0.374	0.629
i511	0.635			0.522
i512	0.802			0.397
i513	0.548			0.509
i521		0.318		0.576
i522		0.790		0.341
i523		0.826		0.295

Note. la méthode d'extraction 'Résidu minimum' a été utilisée en association avec une rotation 'oblimin'

deux facettes du *Pouvoir* comme une seule et même dimension dans notre version de MOVAPRO, au vu de ces résultats. Toutefois, et là encore dans le but de respecter malgré tout la structure du modèle original de Schwartz (1992), et pour tenir compte de la différence sémantique significative entre le *pouvoir* et la *réussite* professionnelle, nous décidons de conserver les dimensions principales séparées dans nos résultats, tout en rappelant la probabilité que, dans les faits, ces deux dimensions corrèlent fréquemment dans les rapports individuels.

Les noms des dimensions, leur signification de même que les items correspondants sont repris dans le chapitre relatif à la fidélité de l'outil (chapitre suivant).

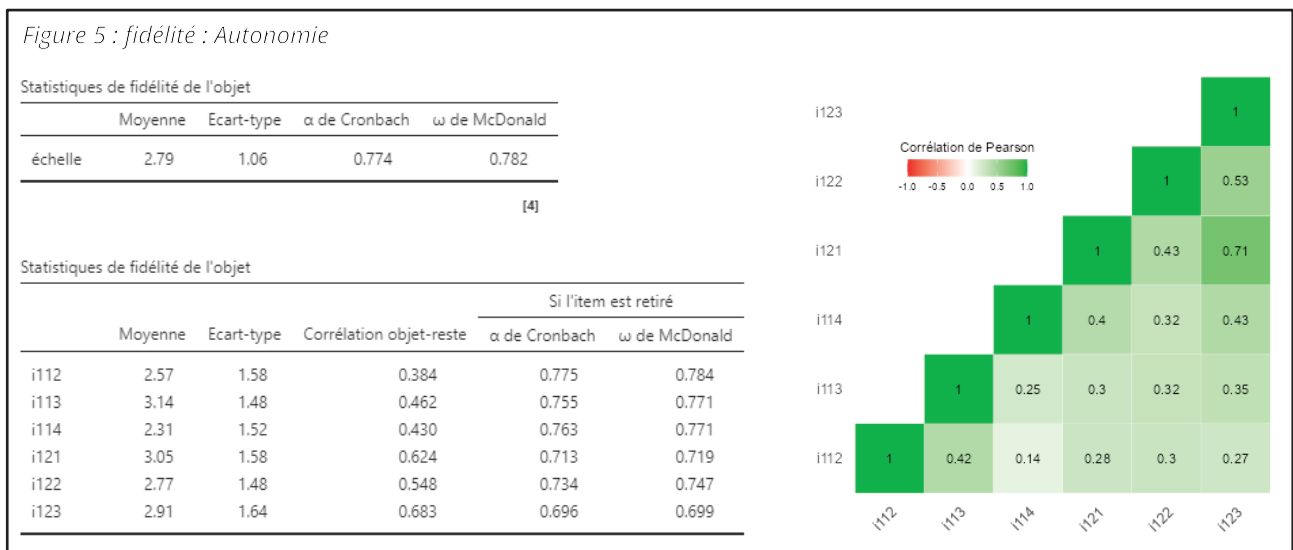
Conclusion sur la validité interne des valeurs

Les constats sur lesquels nous nous sommes arrêtés aux pages précédentes ne doivent toutefois pas occulter qu'en dehors des dimensions ambivalentes longuement discutées aux pages précédentes, les résultats globaux sont satisfaisants et parfois excellents : les items saturent entre eux de manière attendue au sein de facteurs relativement indépendants les uns des autres. En gardant à l'esprit ce qui précède – à savoir qu'une certaine homogénéité des résultats individuels est à prévoir entre les dimensions *Tradition* et *Conformité*, et les dimensions *Réussite* et *Pouvoir* – l'ensemble de l'outil présente une validité interne satisfaisante, malgré quelques écarts compréhensibles au modèle théorique, justifiés par des observations empiriques et en bonne partie par Schwartz lui-même. Les problèmes soulevés dans ce chapitre seront repris lors d'une version future du test pour tenter d'une part de mieux séparer les dimensions, d'autre part de réhabiliter la *Conformité relationnelle*, abandonnée pour satisfaire aux exigences de la validation psychométrique de l'outil et pour ainsi éviter une mesure d'exception supplémentaire.

Définition des dimensions relatives aux valeurs et fidélité

Afin d'établir la fidélité du sous-test des valeurs de MOVAPRO, nous avons effectué une analyse de cohérence de chacune des 10 dimensions du modèle de Schwartz, telles qu'elle s'exprime dans notre outil. Nous avons notamment examiné les Alphas de Cronbach ainsi que les Omégas de McDonald pour chacune des dimensions et rendons compte ci-après des résultats. Nous profitons du zoom fait sur chaque dimension pour la décrire de manière individuelle.

Autonomie

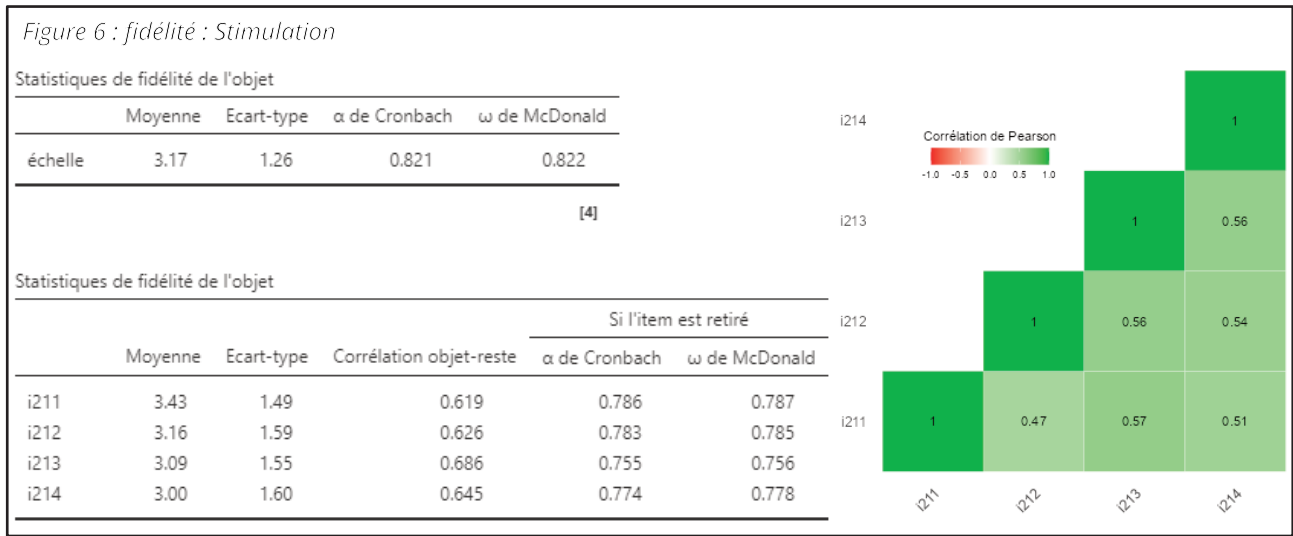


Un score élevé à cette échelle est le reflet d'une forte tendance à l'autonomie, dans les actions comme les idées et les opinions ; ce faisant, faire preuve de curiosité, d'innovation, d'indépendance de pensée, ou fixer soi-même les objectifs ou la manière de travailler, est particulièrement important.

Comme le suggèrent les résultats précédents, les résultats obtenus aux indices de fidélité pour *l'Autonomie*, constituée de 2 facettes (Autonomie de pensée, Autonomie d'action) sont satisfaisants et sont le reflet d'une bonne cohérence interne.

Stimulation

Un **résultat** marqué à cette valeur suggère une forte recherche de stimulation et de variété, par des

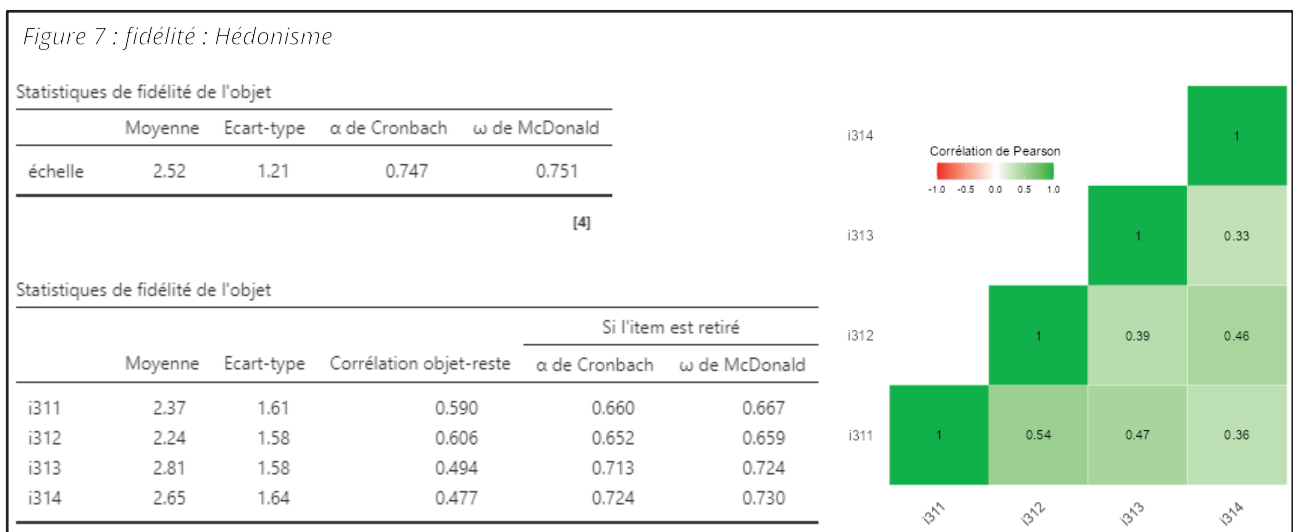


activités passionnantes et une sorte d'aventure professionnelle, par des défis stimulants et de la recherche de nouveauté, même si cela signifie sortir de la "zone de confort".

Pour la *stimulation*, les résultats obtenus aux indices de fidélité sont également satisfaisants et sont le reflet d'une bonne - voire d'une très bonne cohérence interne.

Hédonisme

Les personnes qui obtiennent un score élevé à cette échelle trouvent important de passer des moments agréables au travail, voire de s'y amuser et de disposer d'un environnement de travail confortable. Elles

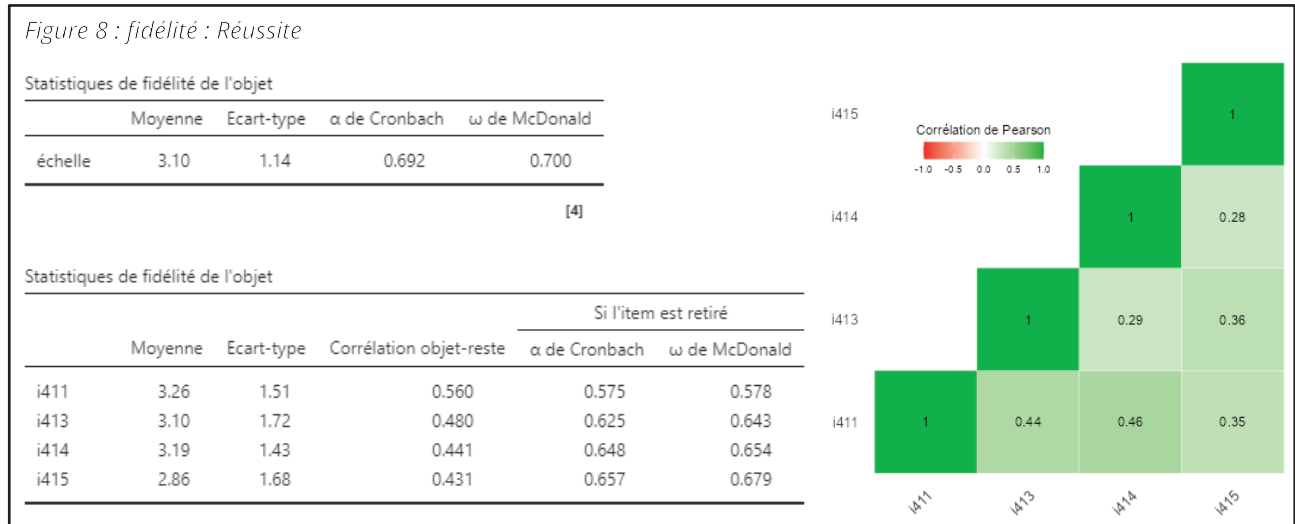


y recherchent de la joie, de la satisfaction, et s'attendent à y vivre des moments de détente.

La dimension *Hédonisme* obtient également des résultats satisfaisants aux indices mesurant la cohérence interne.

Réussite

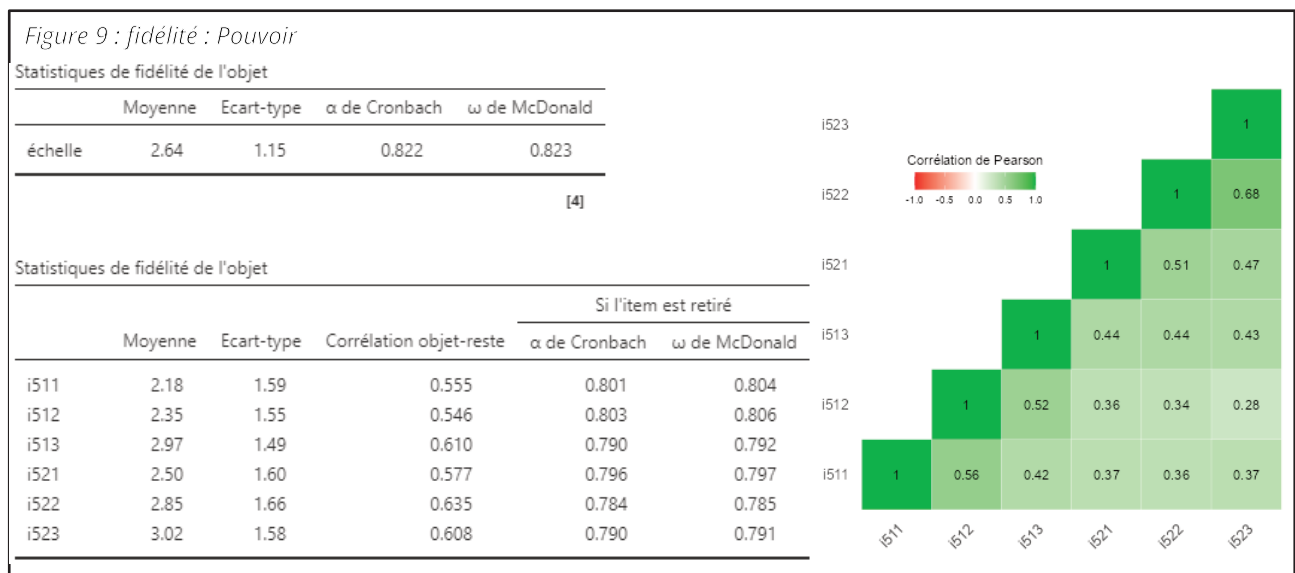
Cette valeur décrit la recherche du succès en consacrant du temps à la vie professionnelle et par un travail acharné. Un score élevé est le reflet d'une volonté de s'impliquer fortement dans le travail pour atteindre des objectifs personnels et permettre à la carrière de progresser.



L'analyse de la fidélité pour la dimension *Réussite* indique une cohérence interne un peu plus faible que les résultats obtenus précédemment, mais néanmoins satisfaisants (>.6).

Pouvoir

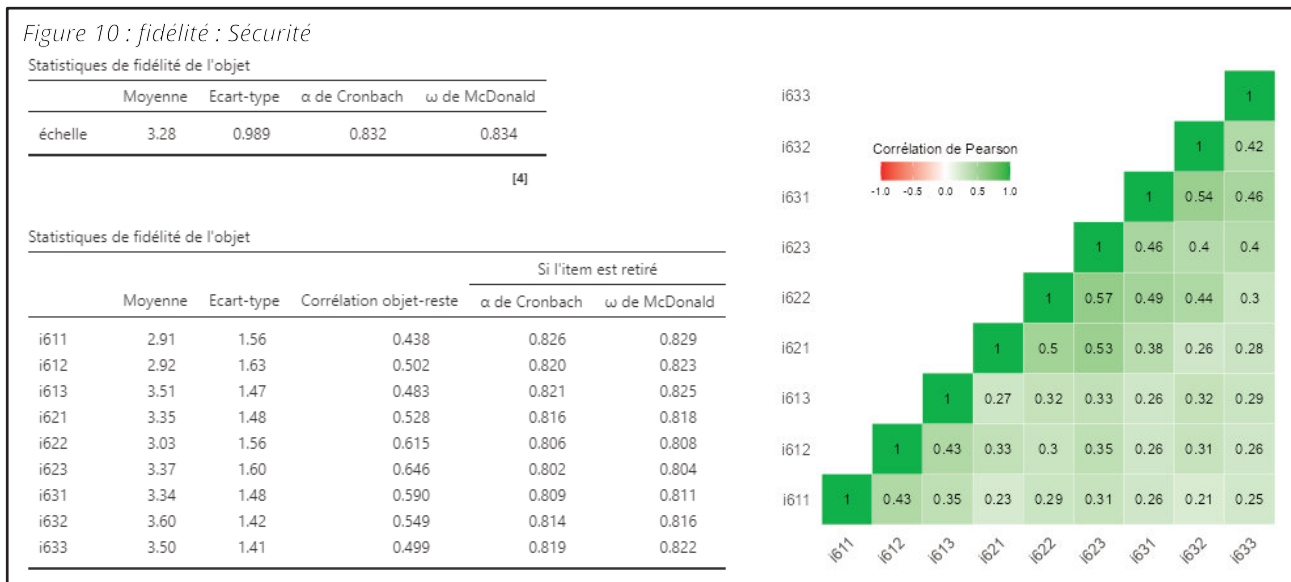
Un résultat élevé obtenu à l'échelle *Pouvoir* est le reflet d'un souci d'accéder à des positions professionnelles permettant la reconnaissance sociale par un statut prestigieux et l'accès à des privilèges. Il y est aussi recherché une position de direction d'équipes voire de toute une organisation.



La dimension *Pouvoir* obtient de bons, voire de très bons indices de cohérence interne, reflétant une fidélité satisfaisante.

Sécurité

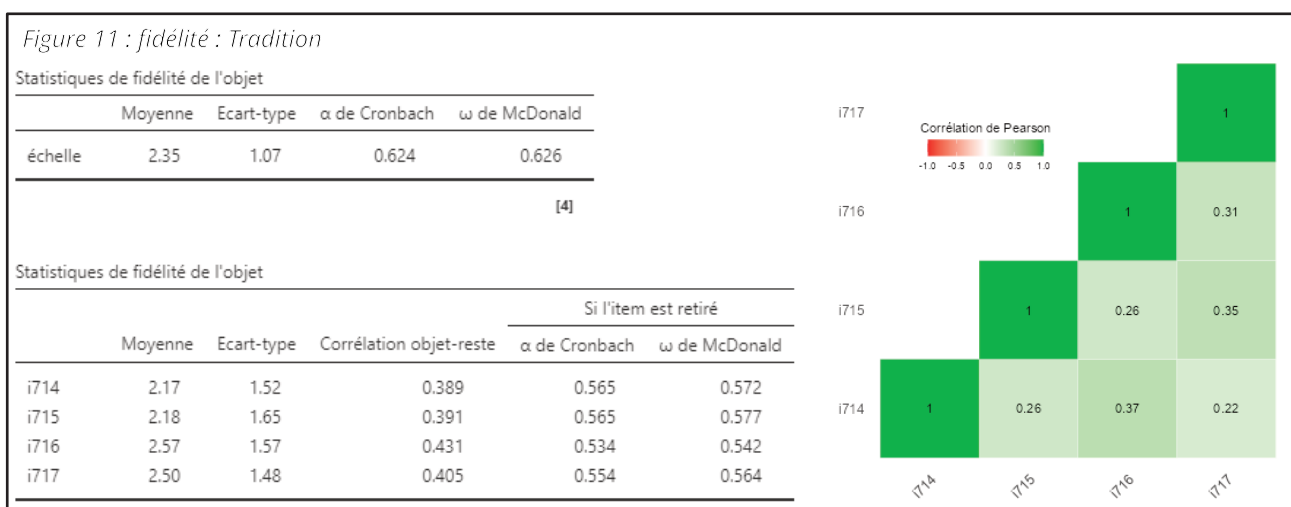
La valeur *Sécurité* est composée de plusieurs facettes qui visent toutes un même but : la préservation de soi. Un score élevé à cette dimension est le reflet d'un souci d'acquérir et maintenir une bonne réputation, d'effectuer les missions sans prendre de risque, ou encore de garantir la sécurité de l'emploi.



La *sécurité*, qui est elle-même constituée de 3 facettes (*préservation de l'image, prudence, sécurité de l'emploi*), présente une fidélité très intéressante et des indices tout à fait satisfaisants.

Tradition

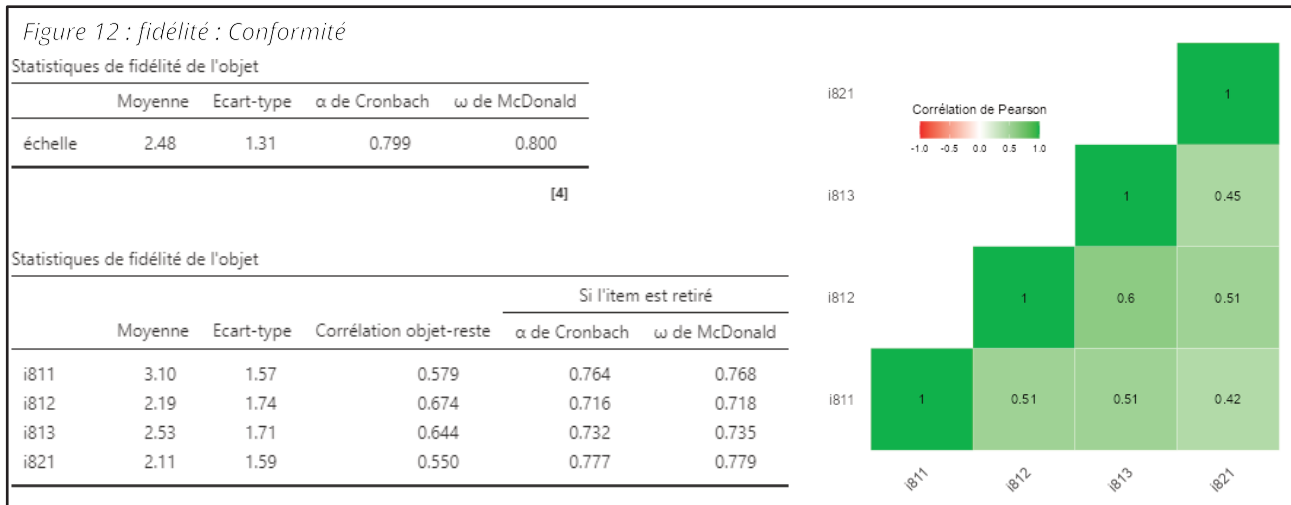
La valeur *Tradition* se veut le reflet d'un attachement à la culture d'entreprise. Les personnes ayant un score élevé valorisent les "rituels" dans le cadre professionnel, trouvent important de préserver certaines pratiques et choisissent des milieux assez traditionnels.



La dimension *Tradition* présente des indices satisfaisants, quoique limites. La fidélité de cette dimension, constituée de seulement 4 items, reste acceptable.

Conformité

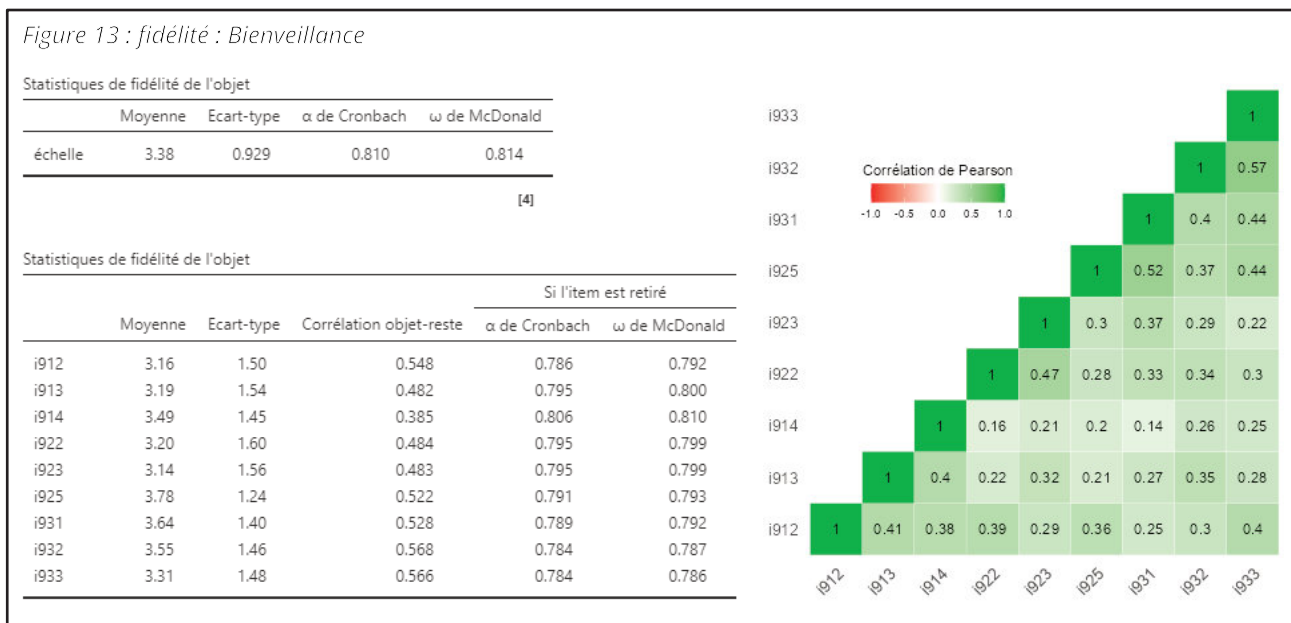
Un score élevé à la dimension *Conformité* est le reflet d'une attention particulière au respect des contraintes contextuelles, par le respect des règles de travail et d'entreprise, et l'acceptation comme l'application des consignes émanant de la hiérarchie.



Les résultats de l'analyse de la *conformité* suggèrent que la fidélité de cette dimension est satisfaisante, voire bonne.

Bienveillance

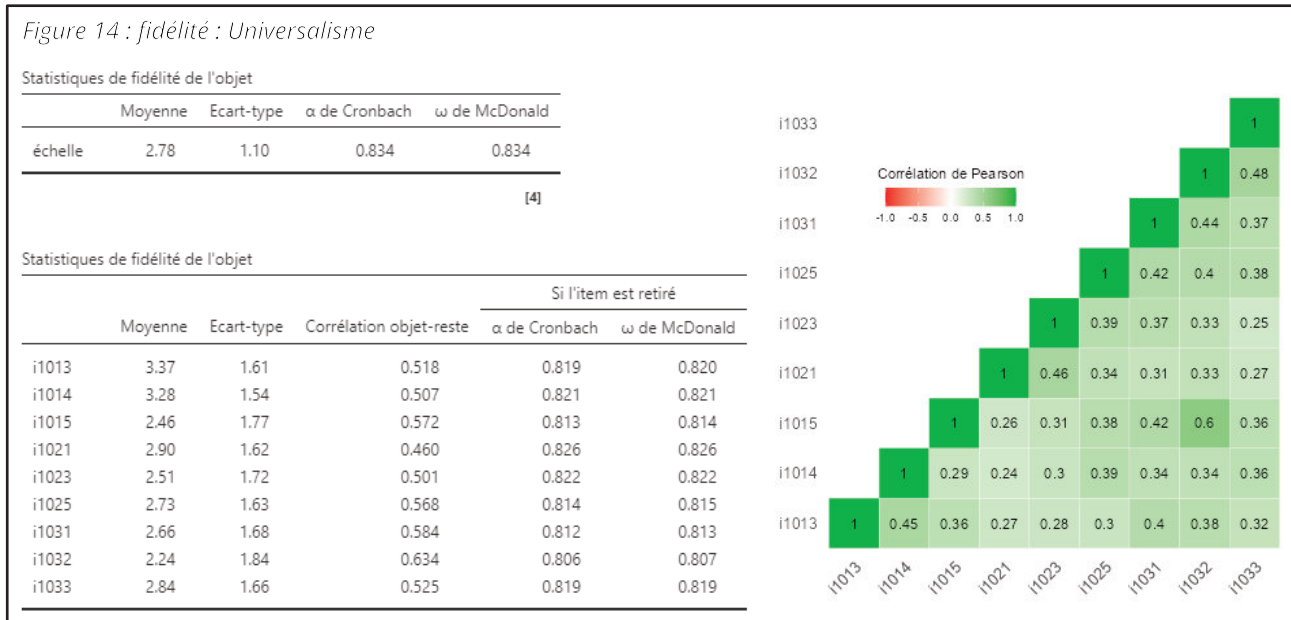
Les personnes chez qui cette valeur est développée sont particulièrement humbles et soucieuses d'être disponibles pour les autres. Elles valorisent beaucoup le fait d'être dignes de confiance et de tenir parole. Elles veulent en outre contribuer au bien-être des autres et offrent volontiers leur aide.



Pour ce qui a trait à la *Bienveillance*, constitué de 9 items et 3 facettes (*humilité, fiabilité et altruisme*), les indices de fidélité sont bons, voire très bons.

Universalisme

Cette valeur et ses facettes sont relatives à l'ouverture et l'intégration du monde qui nous entoure. Un score élevé représente une volonté pour œuvrer à un monde professionnel socialement plus juste et plus équitable, plus durable et respectueux de l'environnement, et davantage orienté vers le respect mutuel.



Enfin, nous observons des indices de fidélité bons à très bon également pour ce qui a trait à l'analyse de la cohérence de notre dernière dimension, l'Universalisme. 9 items et 3 facettes (Diversité & justice sociale, Environnement & durabilité, Tolérance & harmonie) la composent.

Conclusion sur la fidélité de l'évaluation des valeurs

Toutes les dimensions évaluées correspondent aux résultats attendus : les Alphas de Cronbach et Omega de McDonald se situent entre, respectivement, .624 / .626 et .832 / .834. Au vu du nombre d'items constituant l'outil, parfois faible quand une seule facette était évaluée par dimension, ces résultats nous paraissent tout à fait satisfaisants, et sont le reflet d'un sous-test cohérent.

Sensibilité de la mesure des valeurs

Asymétrie, aplatissement et normalité

Afin de vérifier la normalité et la sensibilité des distributions des variables étudiées, trois indicateurs ont été examinés : le coefficient d'asymétrie (skewness), le coefficient d'aplatissement (kurtosis) et le test de Shapiro-Wilk.

Comme le montre le tableau 6, les coefficients d'asymétrie obtenus varient entre -0,548 (*Sécurité*) et +0,060 (*Hédonisme*), se situant tous largement à l'intérieur de l'intervalle acceptable de ± 1 . Ces valeurs indiquent des distributions relativement symétriques, avec une légère tendance à l'asymétrie négative pour certaines dimensions (*Sécurité*, *Bienveillance*, *Stimulation*), suggérant une concentration des réponses vers les scores élevés.

Les coefficients d'aplatissement se situent entre -0,410 (*Pouvoir*) et -0,114 (*Bienveillance*), respectant également le seuil de ± 1 . Ces valeurs négatives modérées révèlent des distributions légèrement

Tableau 6 : analyse de la sensibilité du sous-test des valeurs

Statistiques descriptives										
	Autonomie	Stimulation (dim)	Hédonisme (dim)	Réussite (dim)	Pouvoir	Sécurité	Tradition	Conformité (dim)	Bienveillance	Universalisme
N	301	301	301	301	301	301	301	301	301	301
Moyenne	2.99	3.17	2.52	3.02	2.64	3.28	2.54	2.68	3.27	2.77
Moyenne de l'erreur-standard	0.0590	0.0725	0.0698	0.0664	0.0663	0.0570	0.0630	0.0644	0.0573	0.0588
Moyenne des IC à 95% limite inférieure	2.87	3.02	2.38	2.89	2.51	3.17	2.42	2.56	3.16	2.65
Moyenne des IC à 95% limite supérieure	3.11	3.31	2.65	3.15	2.77	3.39	2.67	2.81	3.38	2.88
Médiane	3.00	3.25	2.50	3.00	2.67	3.33	2.50	2.83	3.33	2.78
Mode	2.50	5.00	2.00	3.75	3.33	3.89	2.50	3.00	3.67	2.56
Ecart-type	1.02	1.26	1.21	1.15	1.15	0.989	1.09	1.12	0.995	1.02
Minimum	0.330	0.00	0.00	0.00	0.00	0.220	0.00	0.00	0.560	0.00
Maximum	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Coefficient d'asymétrie	-0.188	-0.489	0.0599	-0.297	-0.205	-0.548	-0.176	-0.168	-0.502	-0.0510
Asymétrie de l'erreur-standard	0.140	0.140	0.140	0.140	0.140	0.140	0.140	0.140	0.140	0.140
Kurtosis	-0.316	-0.406	-0.385	-0.226	-0.410	0.0868	-0.256	-0.375	-0.0114	-0.219
Kurtosis de l'erreur-standard	0.280	0.280	0.280	0.280	0.280	0.280	0.280	0.280	0.280	0.280
W de Shapiro-Wilk	0.985	0.959	0.982	0.974	0.986	0.974	0.984	0.989	0.973	0.992
Valeur p de Shapiro-Wilk	0.004	< .001	< .001	< .001	0.005	< .001	0.002	0.017	< .001	0.120

Note. L'IC de la moyenne utilisant la moyenne de l'échantillon suit une distribution de Student à N - 1 degrés de liberté

platikurtiques, c'est-à-dire légèrement plus aplaties qu'une distribution normale, sans toutefois présenter de caractère problématique.

Le test de Shapiro-Wilk confirme la normalité des distributions de quelques variables (environ la moitié si on prend comme seuil n'importe quelle valeur supérieure à $p=0.01$, et seulement une si le seuil est fixé à $p=0.05$ et davantage). Bien que les tests formels de normalité rejettent cette hypothèse pour plusieurs dimensions, les indices d'asymétrie et d'aplatissement demeurent dans les limites conventionnellement acceptables (± 1), et le choix d'une méthode d'extraction robuste (résidu minimum) dans notre analyse factorielle atténue l'impact de ces écarts sur la fiabilité des résultats.

Examen visuel des distributions

Pour compléter la production des indices présentés dans le sous-chapitre précédent, nous procédons en outre à un examen visuel des distributions des différentes dimensions (voir figure 14). Aucun effet plafond ou plancher significatif n'est observé dans les différentes distributions. En revanche, certaines présentent parfois plus d'un mode, en partie imputables à un nombre de répondant·e·s relativement faible. Dans l'ensemble, les distributions sont satisfaisantes et correspondent plutôt bien aux attentes de normalité et de sensibilité, avec les exceptions mentionnées précédemment.

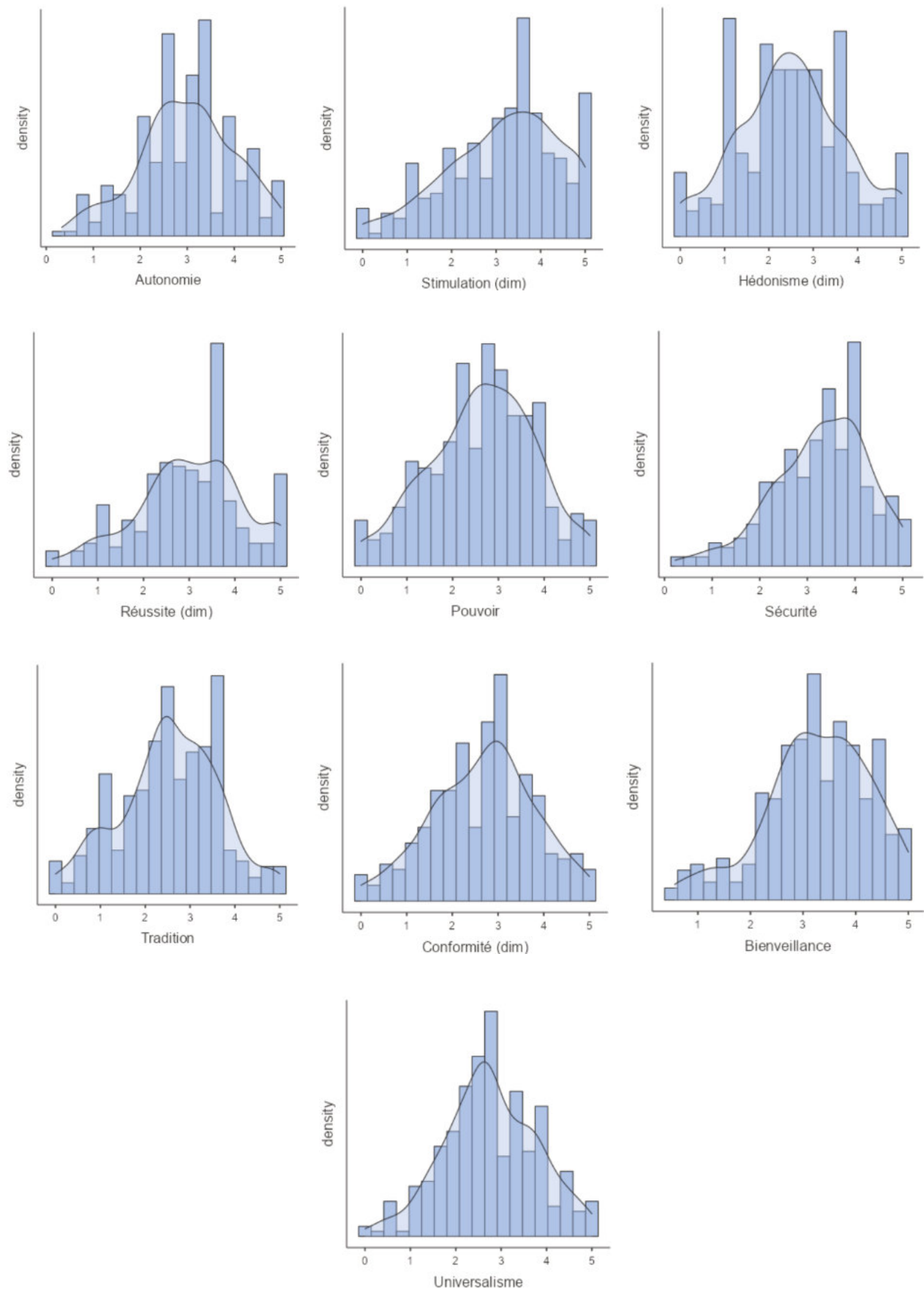
Conclusion sur la sensibilité

Les analyses de sensibilité révèlent des résultats globalement satisfaisants. Les coefficients d'asymétrie et d'aplatissement se situent dans les limites acceptables (± 1), et bien que le test de Shapiro-Wilk ne confirme pas la normalité des distributions pour la majorité des variables, des mesures compensatoires ont été prises au moment de choisir les méthodes d'analyse de la structure. L'examen visuel des distributions ne révèle aucun effet plafond ou plancher significatif. La présence de distributions parfois multimodales s'explique en partie par la taille de l'échantillon. Dans l'ensemble, MOVAPRO démontre une sensibilité satisfaisante, autorisant une discrimination adéquate des individus sur l'ensemble du continuum des valeurs mesurées.

Éthique de la mesure des valeurs

Ni la passation des items relatifs aux valeurs, ni la partie des valeurs contenue dans le rapport ne sont de nature à établir une discrimination basée sur le sexe ou l'origine ethnique. Les items sont rédigés

Figure 15 : Distributions des dimensions de valeurs



selon les principes de l'écriture inclusive et ne sont pas de nature à favoriser ou discriminer une ethnie, une nationalité, ou un genre.

Conclusion sur la validation psychométrique des valeurs

La validation psychométrique de la partie valeurs de MOVAPRO révèle un instrument globalement robuste, bien que présentant certaines particularités dignes d'attention. L'analyse factorielle exploratoire a mis en évidence une structure à 8 facteurs plutôt que les 9 ou 10 dimensions théoriquement attendues, mais ce résultat est cohérent avec les observations empiriques de Schwartz lui-même : la fusion statistique des dimensions *Tradition* et *Conformité* d'une part, et de la *Réussite* et le *Pouvoir* d'autre part, s'inscrit dans les limites de ce que la théorie originale documentait déjà. De plus, des analyses factorielles ciblées sur ces dimensions contribuent à justifier notre décision de maintenir ces distinctions conceptuelles dans les résultats individuels tout en reconnaissant leur proximité statistique.

Les indices de fidélité, avec des Alphas de Cronbach et Omegas de McDonald variant respectivement de .624 à .832 et de .626 à .834, témoignent d'une cohérence interne satisfaisante à très bonne selon les dimensions. Ces résultats sont d'autant plus encourageants que certaines dimensions comportent un nombre limité d'items.

L'analyse de sensibilité confirme l'absence d'effets plafond ou plancher significatifs et démontre la capacité de l'instrument à discriminer efficacement les individus. Les écarts à la normalité observés n'invalident pas l'utilisation de MOVAPRO dans une perspective appliquée mais imposent des restrictions en termes d'outils d'analyse des données.

Enfin, l'évaluation des caractéristiques éthiques de cette partie du questionnaire nous paraît également satisfaisante.

Au terme de cette validation partielle, la partie *Valeurs* de MOVAPRO se présente comme un outil psychométriquement viable pour l'évaluation des valeurs professionnelles. Les praticiens devront toutefois rester attentifs aux corrélations attendues entre certaines dimensions lors de l'interprétation des profils individuels.

MOTIVATIONS PROFESSIONNELLES

Introduction aux motivations professionnelles

Les motivations professionnelles représentent les forces psychologiques qui énergisent, dirigent et soutiennent les comportements liés au travail. Selon Deci et Ryan⁹, en termes de nature comme d'intensité, la motivation peut être conceptualisée comme un continuum allant de l'amotivation à la motivation intrinsèque, en passant par différentes formes de motivation extrinsèque. Contrairement aux valeurs qui représentent des principes directeurs transsituationnels relativement stables, les motivations professionnelles renvoient davantage aux éléments concrets et contextuels qui nourrissent l'envie d'agir, de s'impliquer, de progresser ou de se dépasser dans un cadre professionnel donné¹⁰.

Plusieurs cadres théoriques ont marqué l'étude des motivations au travail. La théorie de l'autodétermination de Deci et Ryan¹¹ distingue la motivation intrinsèque, liée à la satisfaction inhérente à l'activité elle-même, de la motivation extrinsèque, orientée vers l'obtention de récompenses externes ou l'évitement de sanctions. La théorie des besoins de McClelland¹² identifie trois besoins psychologiques fondamentaux qui motivent les comportements professionnels : le besoin d'accomplissement, le besoin de pouvoir et le besoin d'affiliation. Plus récemment, la théorie de l'engagement au travail¹³ a mis en évidence le rôle des ressources professionnelles dans le maintien de la motivation et de la vitalité au travail.

D'autres approches ont privilégié une vision plus pragmatique et multidimensionnelle des motivations au travail. Hackman et Oldham¹⁴ ont proposé le modèle des caractéristiques de l'emploi, identifiant cinq dimensions clés du travail susceptibles de générer des états psychologiques critiques et, par conséquent, de la motivation : la variété des compétences, l'identité de la tâche, la signification de la tâche, l'autonomie et le feedback. Pink¹⁵ a proposé une approche centrée sur trois éléments motivationnels essentiels : l'autonomie, la maîtrise et le sens. Ces différentes perspectives témoignent de la complexité et de la multiplicité des facteurs susceptibles d'influencer la motivation en contexte professionnel.

Dans MOVAPRO, le choix a été fait de ne pas s'appuyer sur un modèle théorique prédéterminé unique, mais plutôt d'identifier et de mesurer des thématiques motivationnelles complémentaires au modèle des valeurs de Schwartz. Cette approche pragmatique reconnaît que les motivations professionnelles, bien qu'intimement liées aux valeurs personnelles, opèrent à un niveau plus concret et situationnel. Là où les valeurs représentent des idéaux parfois abstraits guidant les choix de vie, les motivations professionnelles renvoient aux aspects tangibles du travail qui suscitent l'engagement quotidien, tels que la recherche de stimulation intellectuelle, le désir de reconnaissance, ou encore l'aspiration à l'équilibre entre vie professionnelle et personnelle.

Les dimensions motivationnelles retenues dans MOVAPRO ont été sélectionnées pour leur pertinence empirique et leur complémentarité avec le modèle des valeurs. Alors que les valeurs évaluées via le modèle de Schwartz capturent les orientations motivationnelles fondamentales et transsituationnelles (comme l'ouverture au changement versus la conservation, ou l'affirmation de soi versus le dépassement

9 Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Plenum Press.

10 Kanfer, R., Frese, M., & Johnson, R. E. (2017). *Motivation related to work: A century of progress*. *Journal of Applied Psychology*, 102(3), 338-355. <https://doi.org/10.1037/apl0000133>

11 Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). *The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior*. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01

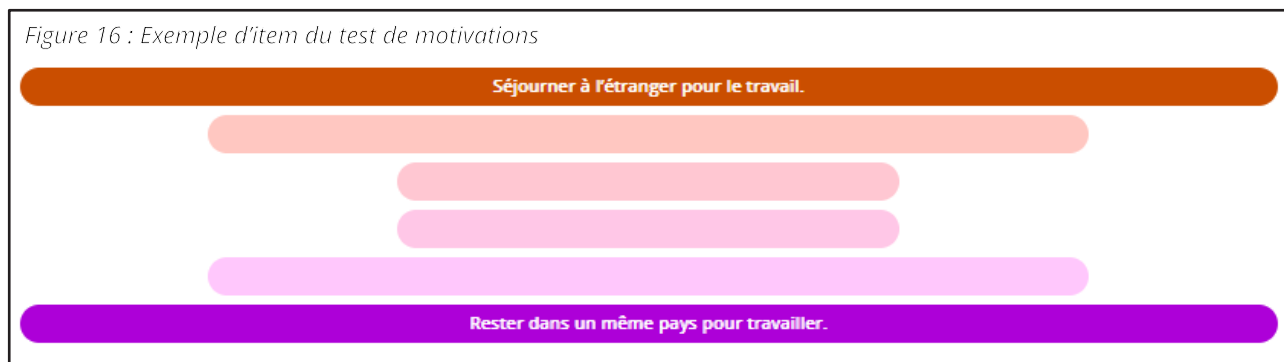
12 McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Van Nostrand.

13 Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). *Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study*. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293-315. <https://doi.org/10.1002/job.248>

14 Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1976). *Motivation through the design of work: Test of a theory*. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16(2), 250-279. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(76\)90016-7](https://doi.org/10.1016/0030-5073(76)90016-7)

15 Pink, D. H. (2009). *Drive: The surprising truth about what motivates us*. Riverhead Books.

Figure 16 : Exemple d'item du test de motivations



de soi), les motivations professionnelles mesurées dans la seconde partie de MOVAPRO explorent des facettes plus spécifiques et contextualisées de l'engagement au travail. Cette double évaluation permet de dresser un portrait complet et nuancé : d'une part, les principes directeurs qui sous-tendent les choix de carrière et les préférences professionnelles à long terme ; d'autre part, les leviers motivationnels concrets qui alimentent l'envie d'agir et de s'investir au quotidien dans un environnement de travail spécifique.

Cette complémentarité entre valeurs et motivations enrichit considérablement la compréhension des dynamiques individuelles en contexte professionnel. Elle permet aux praticiens d'identifier non seulement ce qui importe fondamentalement pour une personne (ses valeurs), mais également ce qui la motive concrètement dans son travail quotidien, offrant ainsi des pistes d'action plus précises pour l'accompagnement, l'orientation ou le développement professionnel.

Mode de passation & consigne

La deuxième partie du questionnaire est donc relative à l'évaluation des motivations professionnelles. Comme pour la partie des valeurs, le mode de passation est basé sur une échelle à choix forcés gradués, divisée en 6 niveaux.

La question posée dans la consigne spécifique à cette phase de passation est légèrement différente de la partie consacrée aux valeurs :

Examinez les propositions suivantes. Elles sont présentées deux par deux (une en haut, l'autre en bas). Choisissez la proposition la plus motivante pour vous (celle qui vous satisfait le plus et vous donne le plus envie). Vous pouvez nuancer votre choix en sélectionnant une des quatre options intermédiaires : plus votre barre est proche de la proposition, plus celle-ci est importante (par rapport à son opposé).

La figure 16 donne un aperçu de la forme de question posée, qui ressemble en tout point à l'approche utilisée pour le sous-test de valeurs. Seule la consigne (voir paragraphe précédent) suggère un changement dans la manière d'appréhender / de comprendre les items.

Cette deuxième partie de questionnaire est un peu plus courte que la première : 40 propositions composent l'évaluation des motivations sur un total de 99 (pour rappel, la partie des valeurs est composée de 59 items). Comme nous avons évalué 10 dimensions en tout, cela signifie que 4 propositions permettent d'évaluer chaque dimension (comme pour les dimensions à facettes uniques dans la partie des valeurs). Contrairement à la partie consacrée aux valeurs où le nombre d'items par dimension pouvait varier en fonction du nombre de facettes contenu dans chacune de ces dernières, le nombre de propositions par dimension dans l'évaluation des motivations est fixe.

Données

Les analyses ont été réalisées sur un échantillon de 262 participant·e·s dont les passations ont été administrées dans le courant du premier trimestre 2025. Le tableau 7 et la figure 17 rendent compte de quelques chiffres et statistiques descriptives clés relatives à la population de référence. On notera que celle-ci est relativement faible – plus petite même que celle utilisée pour la validation de la partie des valeurs. Pourtant, comme nous le verrons pages suivantes, la validation des motivations a été beaucoup plus rapide et aisée que la validation de la première partie du questionnaire – raison pour laquelle nous avons cessé de récolter des données une fois les analyses factorielles exploratoires rendaient compte de résultats stables pour nous concentrer sur les valeurs.

S'agissant de la population elle-même, on note que sur les 262 participant·e·s, 135 sont des femmes, 126 des hommes, et 1 personne est non-binaire. L'âge médian est proche de l'évaluation des valeurs : 38 ans, avec une valeur minimale de 12 ans, et maximale de 87 ans. La répartition des âges par genre est sensiblement identique.

Tableau 7 : Données du test de motivations, par genre

	Genre	Age
N	Femme	135
	Homme	126
	Non binaire ou autre	1
Moyenne	Femme	37.5
	Homme	36.6
	Non binaire ou autre	28.0
Médiane	Femme	38
	Homme	36.5
	Non binaire ou autre	28
Ecart-type	Femme	13.3
	Homme	14.4
	Non binaire ou autre	NaN
Minimum	Femme	13
	Homme	12
	Non binaire ou autre	28
Maximum	Femme	87
	Homme	87
	Non binaire ou autre	28

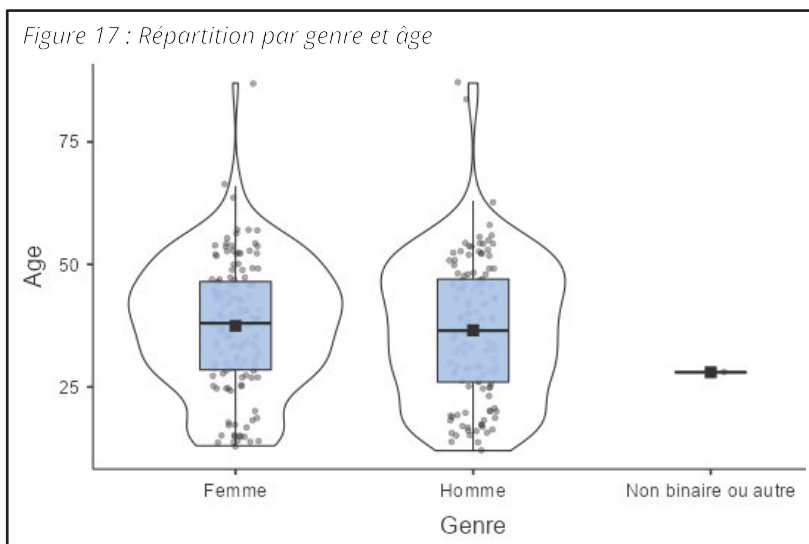
Validité interne des motivations

Processus de création du modèle de base pour mesurer les motivations

Comme nous l'avons souligné en introduction du chapitre consacré aux motivations, les dimensions motivationnelles retenues dans MOVAPRO ont été sélectionnées pour leur pertinence empirique et leur complémentarité avec le modèle des valeurs. Aucun modèle préalable n'a donc été sélectionné pour les définir. Nous avons également mis de côté les approches typologiques (intrinsèques vs extrinsèques, p.

ex.) ou encore les mécanismes descriptifs du développement de la motivation pour ne nous concentrer que sur les thématiques motivationnelles. Adopter cette approche a au moins trois conséquences :

- le spectre des thématiques est infini : il y a autant d'éléments potentiellement mesurables qu'il y a de questions qui se posent en rapport avec la motivation professionnelle ;
- les éléments retenus pour être



constitutifs de l'évaluation des motivations sont issus d'horizons divers et doivent servir une finalité pragmatique ;

- la validation du modèle sera une validation statistique seulement, sans se soucier d'une recherche de cohérence conceptuelle d'ensemble.

Une fois que l'on accepte ces principes, il reste à déterminer les thématiques à intégrer dans le modèle. Pour cela, les étapes suivantes ont été appliquées par l'auteur :

- Déterminer les axes d'intérêt à évaluer dans le cadre d'une évaluation des valeurs et des motivations professionnelles ; pour cela, l'auteur s'est appuyé sur différents inputs :
 - les modèles et questionnaires de motivations professionnelles existants ;
 - les besoins manifestés par différentes parties prenantes dans le cadre de processus de sélection ;
 - les besoins récurrents manifestés par des personnes accompagnées dans des processus de gestion de carrière.
- Déterminer les axes non couverts par l'évaluation des valeurs professionnelles et par HEXAPRO.
- Créer les dimensions motivationnelles à évaluer sur la base des manques constatés et les valider empiriquement.

Pour ce qui est du quatrième point, par « valider empiriquement », nous entendons « statistiquement ». Nous avons également utilisé cette même approche pour chercher à déterminer l'existence de facteurs ou de composantes sous-jacents aux dimensions mesurées – nous y reviendrons plus tard.

À noter, pour terminer ce commentaire, qu'il n'a jamais été une fin en soi d'avoir un nombre équivalent de dimensions de valeurs et de motivations. D'ailleurs des versions expérimentales plus anciennes des motivations de MOVAPRO étaient composées de 9 dimensions. Mais le fait qu'il y ait une certaine élégance qui se dégage d'une évaluation symétrique dans leur nombre entre les valeurs et les motivations n'est évidemment pas pour déplaire...

Facteurs de premier ordre : analyse de la structure

Comme pour la partie des valeurs, nous avons procédé à la rédaction des items des motivations de MOVAPRO avant d'entrer dans une boucle d'amélioration continue, jusqu'à obtenir une structure stable des items, selon la méthode décrite. Comme nous l'avons déjà mentionné, il a été plus aisé et plus rapide

Figure 18 : Diagramme d'éboulis (motivations - premier ordre)

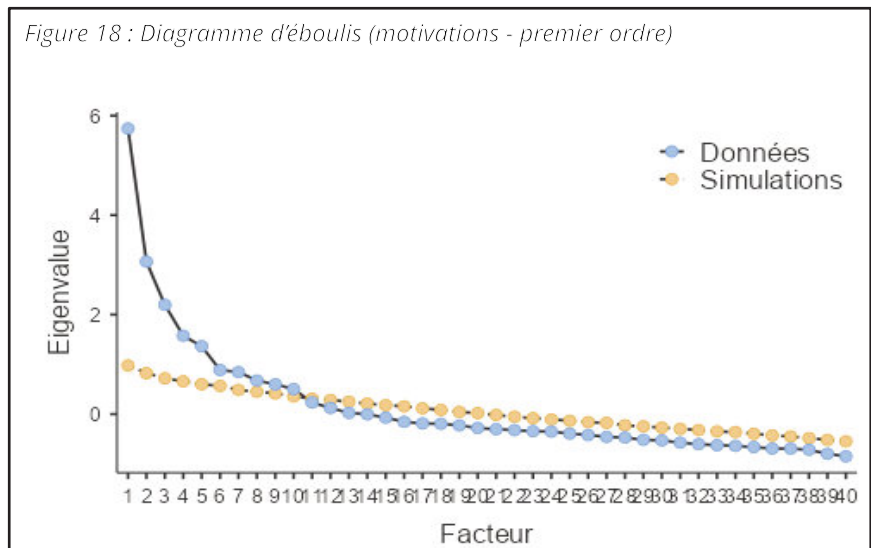


Tableau 8 : Analyses d'ajustement du modèle (motivations)

Approximation de RMSE	IC90% de la RMSEA		TLI	BIC (Critère d'information bayésien)	Test du modèle		
	Borne inf	Supérieur			χ^2	ddl	p
0.0540	0.0479	0.0606	0.843	-1615	752	425	< .001

de stabiliser la structure des motivations (facteur de premier ordre) que celle des valeurs. Nous rendons compte des résultats obtenus à la dernière analyse factorielle exploratoire (AFE), appliqués sur les 262 individus.

Comme nous le constatons à l'aide du diagramme d'éboulis (figure 18), un fit à 10 facteurs semble optimal. Ces constats sont confirmés par les analyses d'ajustement du modèle (tableau 8), avec toutefois un TLI inférieur aux standards idéaux, mais qui peuvent s'expliquer potentiellement par l'approche semi-ipsative choisie ainsi que par des distributions qui ne répondent pas entièrement aux exigences de normalité (nous aurons l'occasion d'y revenir), auquel cet indice peut être particulièrement sensible. Nous rendons compte enfin dans un tableau séparé (voir tableau 9) les résultats des saturations des items sur chaque facteur.

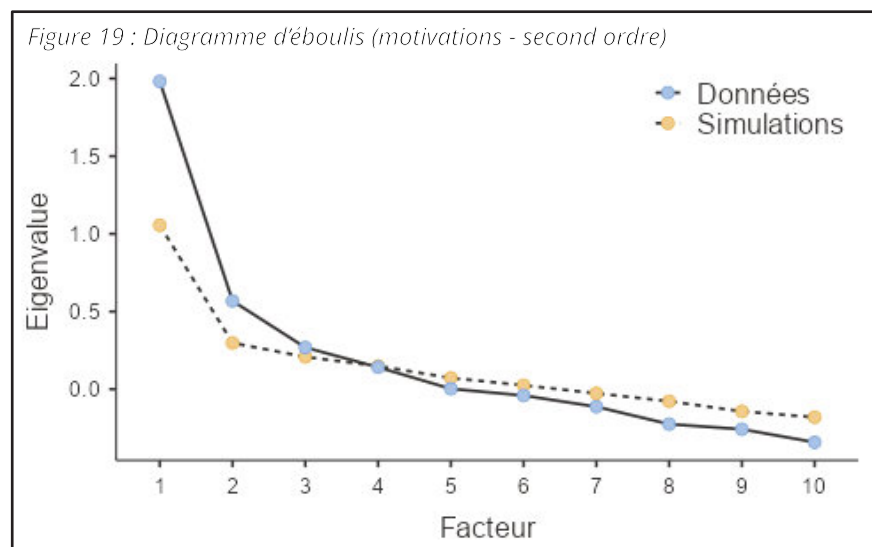
Facteurs de premier ordre : analyse des données

Comme nous pouvons le constater dans le tableau 9, les données s'agrègent aisément et naturellement avec leurs dimensions respectives (facteurs de premier ordre). Aucune saturation croisée (*cross-loading*) supérieure à .3 n'est constatée, suggérant une certaine indépendance dans la mesure et une confirmation de la validité interne de l'outil. Les saturations s'étalent sur une plage entre .381 et .914, ce qui est satisfaisant. 10 dimensions émergent des données, malgré le faible nombre d'items par dimension (4) et le nombre modéré de passations. Ces résultats nous paraissent très encourageants et satisfaisants.

Les noms des dimensions, leur signification de même que les items correspondants sont repris dans le chapitre relatif à la fidélité de l'outil.

Facteurs de second ordre : analyse de la structure

Contrairement aux valeurs pour lesquelles nous nous sommes basés sur un modèle pré-existant pour déterminer les dimensions à mesurer, ainsi que leurs sous-dimensions (facettes), pour les motivations, nous avons cherché à déterminer par le biais de l'analyse statistique si nous pouvions détecter des facteurs de second ordre (donc des méta-dimensions). Plusieurs approches existent ; nous avons toutefois privilégié celle qui consistait à appliquer des analyses factorielles sur les dimensions (donc les facteurs de premier ordre) après en avoir analysé la structure.



Ainsi, pour ce qui a trait au nombre de facteurs de second ordre, le diagramme d'éboulis suggère un fit sur 3 facteurs de second ordre, comme nous le voyons dans la figure 19.

Tableau 9 : Analyse factorielle exploratoire des motivations, extraction RM, rotation Oblimin

	Facteur										Unicité	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
i2203	0.914											0.134
i2202	0.901											0.197
i2201	0.801											0.345
i2204	0.704											0.416
i3002		0.809										0.291
i3004		0.784										0.306
i3003		0.733										0.392
i3001		0.557										0.623
i2803			0.816									0.251
i2802			0.794									0.249
i2801			0.778									0.330
i2804			0.432									0.542
i2904				0.764								0.402
i2905				0.747								0.319
i2901				0.673								0.447
i2903				0.626								0.493
i2403					0.793							0.352
i2402					0.756							0.394
i2404					0.634							0.554
i2401					0.594							0.618
i2302						0.749						0.417
i2303						0.730						0.444
i2301						0.677						0.529
i2304						0.648						0.513
i2104							0.684					0.468
i2103							0.676					0.439
i2102							0.598					0.557
i2101							0.545					0.687
i2502								0.707				0.425
i2505								0.642				0.510
i2501								0.606				0.536
i2503								0.492				0.561
i2603									0.751			0.338
i2604									0.522			0.557
i2601									0.446			0.672
i2602									0.381			0.756
i2701										0.685		0.526
i2702										0.485		0.619
i2704										0.443		0.579
i2703										0.411		0.652

Facteurs de second ordre : analyse des données

Comme nous pouvons le constater dans le tableau 10, lorsqu'une analyse factorielle est appliquée directement aux dimensions (facteurs de premier ordre), les 3 méta-facteurs (second ordre) apparaissent et couvrent 9 facteurs de premier ordre sur les 10. La *Stimulation intellectuelle* affichant une saturation de .0228 avec le 3e facteur, elle n'apparaît pas dans le tableau. En revanche, et malgré le caractère discutable de cette méthode car quelque peu opportuniste, nous avons cherché à

déterminer si une analyse des composantes principales pouvait confirmer cette proximité entre la dimension précitée et le 3e facteur. Comme nous le constatons dans le tableau 11, c'est le cas, avec une saturation plus significative. Nous avons donc décidé d'attribuer la stimulation intellectuelle au 3e facteur, aux côtés de la dimension *Spécialisation & expertise*.

En analysant la manière dont les dimensions de premier ordre s'agrégeaient entre elles, nous avons nommé les dimensions de second ordre de la manière suivante :

- *Orientation relationnelle & collaborative* pour ce qui concerne le 1er facteur (*Recherche de feedbacks, Service client, Réceptivité à l'ambiance, Travail en équipe, Développement d'autrui*).
- *Dynamisme & ambition professionnelle* pour décrire les composantes du deuxième facteur (*Opportunités professionnelles, Mobilité & déplacements, Compétition*).
- *Posture technique & intellectuelle* pour ce qui avait trait au 3e facteur (*Stimulations intellectuelles, Spécialisation & expertise*).

À noter que dans les rapport des résultats individuels, nous avons fait le choix de réorganiser l'ordre des dimensions pour les regrouper dans leurs facteurs respectifs. Nous revenons sur la fidélité des facteurs de premier ordre et sur la signification des échelles dans le chapitre suivant.

Tableau 10 : Analyse factorielle exploratoire (motivations - second ordre), extraction RM, rotation oblimin

	Facteur			Unicité
	1	2	3	
Opportunités professionnelles		0.461		0.709
Mobilité & déplacements		0.383		0.844
Stimulations intellectuelles				0.923
Spécialisation & expertise			0.634	0.596
Recherche de feedbacks	0.576			0.665
Service client	0.533			0.706
Réceptivité à l'ambiance	0.571			0.635
Travail en équipe	0.643			0.484
Compétition		0.542		0.581
Développement d'autrui	0.723			0.460

Tableau 11 : Analyse des composantes principales (motivations - second ordre), rotation varimax

	Composante			Unicité
	1	2	3	
Opportunités professionnelles		0.730		0.416
Mobilité & déplacements		0.682		0.531
Stimulations intellectuelles			0.627	0.591
Spécialisation & expertise			0.802	0.329
Recherche de feedbacks	0.654			0.532
Service client	0.639			0.576
Réceptivité à l'ambiance	0.698			0.486
Travail en équipe	0.757			0.400
Compétition	-0.420	0.519	0.360	0.425
Développement d'autrui	0.707			0.390

Conclusion sur la validité interne des motivations

L'analyse de la validité interne de la partie motivations de MOVAPRO révèle des résultats particulièrement satisfaisants et encourageants. L'analyse factorielle exploratoire confirme sans ambiguïté une structure à 10 dimensions (facteurs de premier ordre), comme en témoignent le diagramme d'éboullis et les indices d'ajustement du modèle. Les saturations des items, comprises entre .381 et .914, sont toutes substantielles et ne présentent aucune saturation croisée supérieure à .3, attestant d'une bonne discrimination entre les dimensions et d'une indépendance satisfaisante dans la mesure. Ces résultats sont d'autant plus intéressants qu'ils ont été obtenus avec seulement 4 items par dimension et sur un échantillon de taille modeste (N=262), renforçant l'idée d'une structure factorielle robuste.

L'exploration des facteurs de second ordre apporte un éclairage supplémentaire sur l'organisation des dimensions mesurées. L'analyse révèle l'existence de trois méta-dimensions – *Orientation relationnelle & collaborative*, *Dynamisme & ambition professionnelle*, et *Posture technique & intellectuelle* – qui regroupent de manière cohérente les 10 dimensions de premier ordre. Cette structure hiérarchique enrichit les possibilités d'interprétation des profils individuels, permettant une lecture à la fois fine (dimensions) et synthétique (méta-dimensions) des motivations professionnelles.

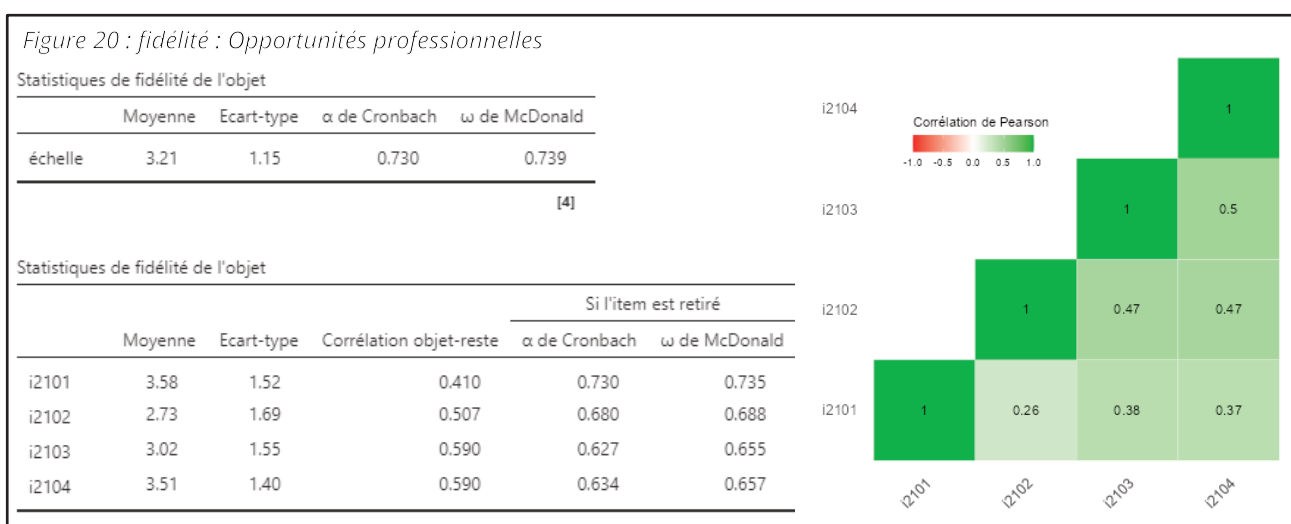
En somme, la partie des motivations de MOVAPRO présente une validité interne plus stable et plus cohérente encore que la partie consacrée aux valeurs, caractérisée par des structures factorielles claires, stables et univoques, autorisant son utilisation confiante dans des contextes d'évaluation professionnelle variés.

Définition des dimensions relatives aux motivations et fidélité

Afin d'établir la fidélité du sous-test des motivations de MOVAPRO, comme pour la partie consacrée aux valeurs, nous avons effectué une analyse de chacune de la cohérence des 10 dimensions obtenues par analyse factorielle. Nous avons notamment examiné les Alphas de Cronbach ainsi que les Omegas de McDonald pour chacune des dimension et rendons compte ci-après des résultats. Nous en profitons pour décrire de manière individuelle chaque dimension.

Opportunités professionnelles

Les personnes obtenant un score élevé à cette échelle favorisent une approche pragmatique de leur carrière et la pilotent en fonction des opportunités qui se présentent. Elles n'ont en général pas de plan

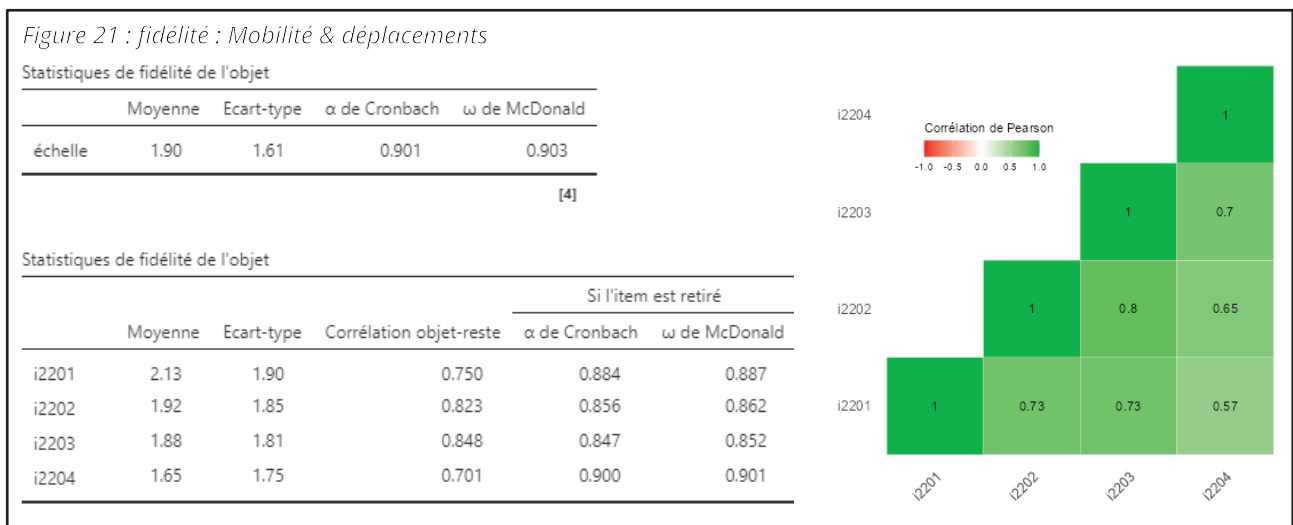


de carrière à proprement parler et sont ouvertes à des expériences professionnelles diverses.

Comme le suggèrent les résultats de l'analyse de cohérence de la dimension *Opportunités professionnelles*, l'analyse de la cohérence interne est satisfaisante, car supérieure à .6.

Mobilité & déplacements

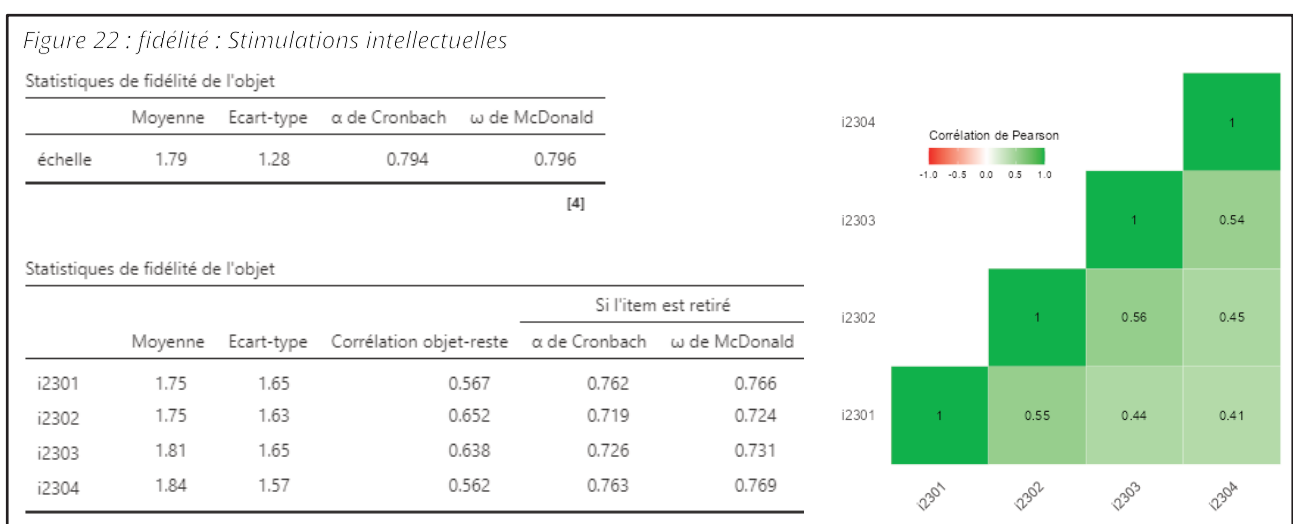
Les personnes qui obtiennent un score élevé à cette échelle sont particulièrement motivées lorsque leur travail leur permet de se déplacer beaucoup. Elles apprécient généralement se montrer mobiles, travailler sur plusieurs sites différents, voire voyager dans des pays variés pour les besoins de l'organisation ou des affaires.



L'analyse de la cohérence de la dimension *Mobilité & déplacements* présente des résultats excellents, comme en témoignent les indices présentés.

Stimulations intellectuelles

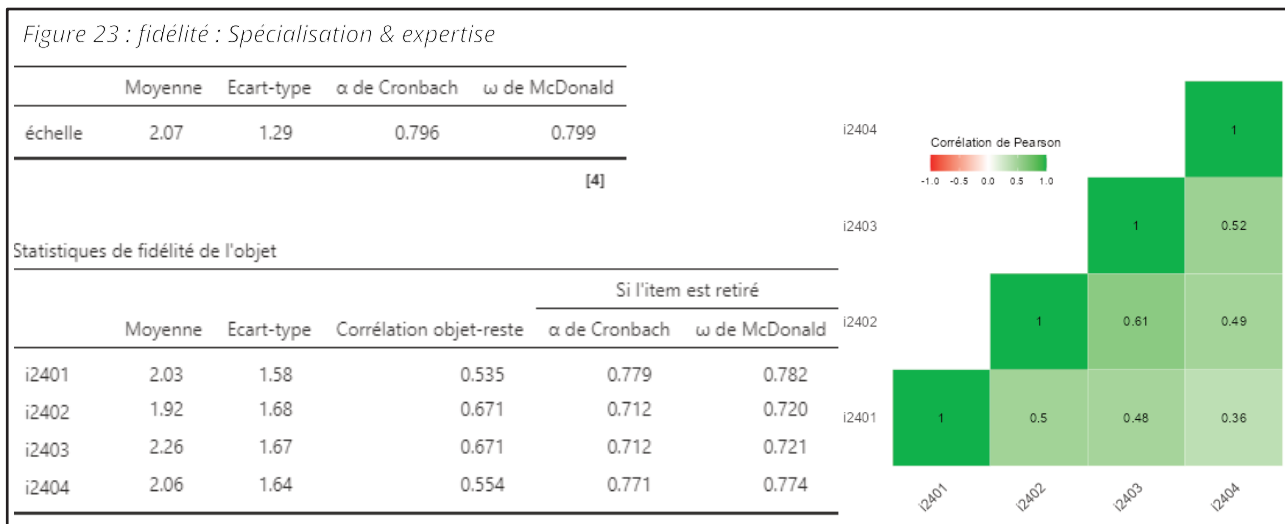
Les personnes obtenant une note élevée à cette échelle sont davantage motivées lorsqu'elles peuvent relever des défis intellectuels. Elles préfèrent des situations professionnelles qui nécessitent d'analyser, résoudre des problèmes abstraits et complexes, et acquérir de nouvelles connaissances.



Là encore, l'analyse de la cohérence interne des items de la dimension *Stimulations intellectuelles* présente des résultats satisfaisants, voire bons.

Spécialisation & expertise

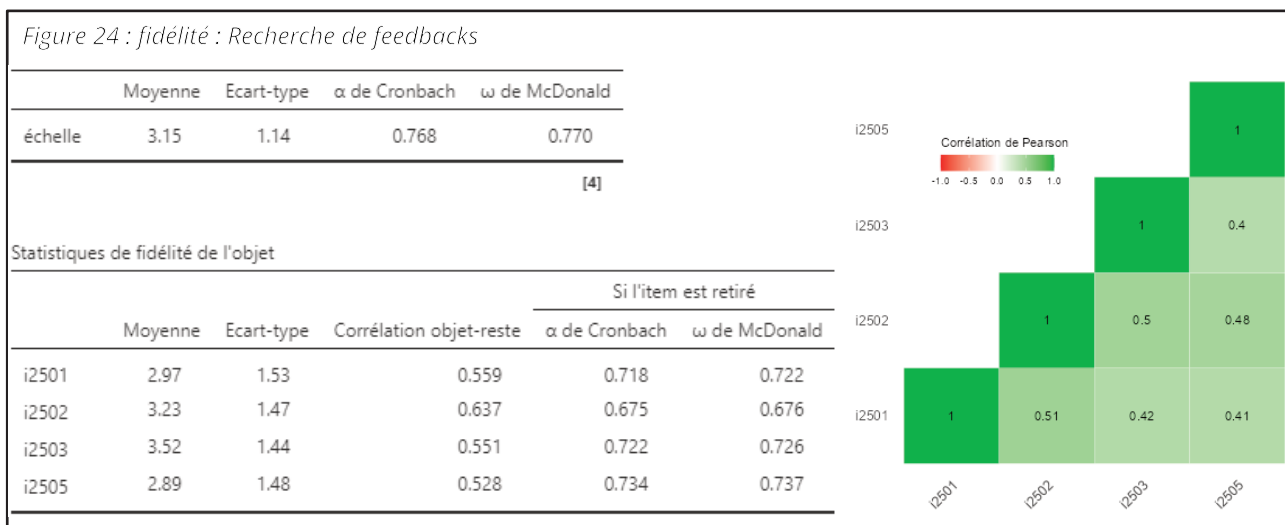
Un score élevé à cette échelle suggère une forte motivation lorsqu'on tient une fonction de spécialiste ou d'expert·e. Ces personnes sont motivées lorsqu'elles sont valorisées pour les connaissances pointues acquises et qu'elles sont consultées pour qu'elles puissent partager leur savoir et un avis éclairé.



L'analyse de la cohérence interne des items de la dimension *Spécialisation & expertise* présente des résultats bons, proches de l'excellence.

Recherche de feedbacks

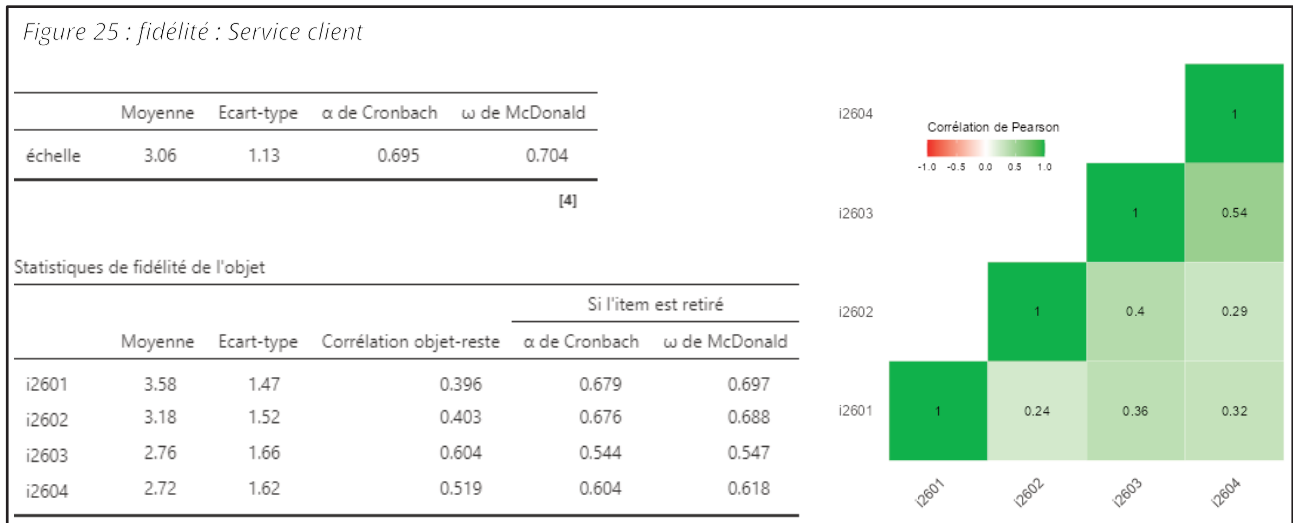
Cette motivation décrit le besoin d'avoir des informations de la part de la hiérarchie (ou autres professionnel·le-s) sur la qualité du travail effectué. Les personnes qui obtiennent un score élevé à cette échelle sont davantage motivées si elles peuvent améliorer leurs pratiques sur la base des retours qu'elles reçoivent.



Nous relevons là encore une très bonne cohérence interne pour la dimension *Recherche de feedbacks*.

Service client

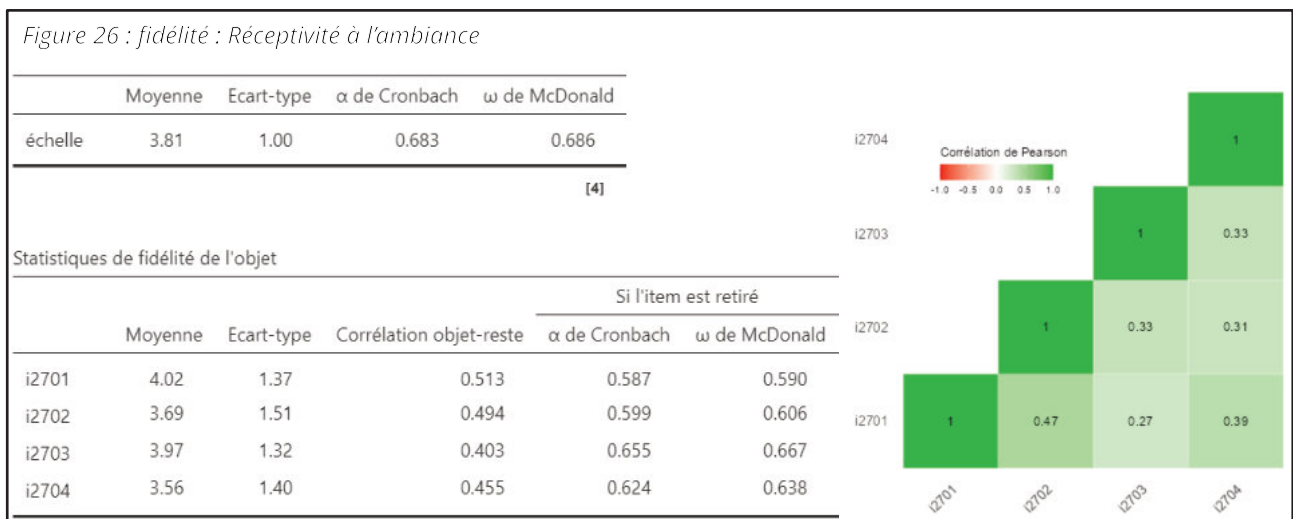
Les personnes qui ont ici une motivation forte sont particulièrement orientées vers la compréhension des besoins des client·e·s et cherchent à y répondre. Elles sont particulièrement soucieuses de satisfaire les client·e·s et de créer des relations de longue durée axées sur la collaboration et le service.



Pour la dimension *Service client*, les indicateurs de cohérence interne suggèrent une fidélité satisfaisante (sans être excellente).

Réceptivité à l'ambiance

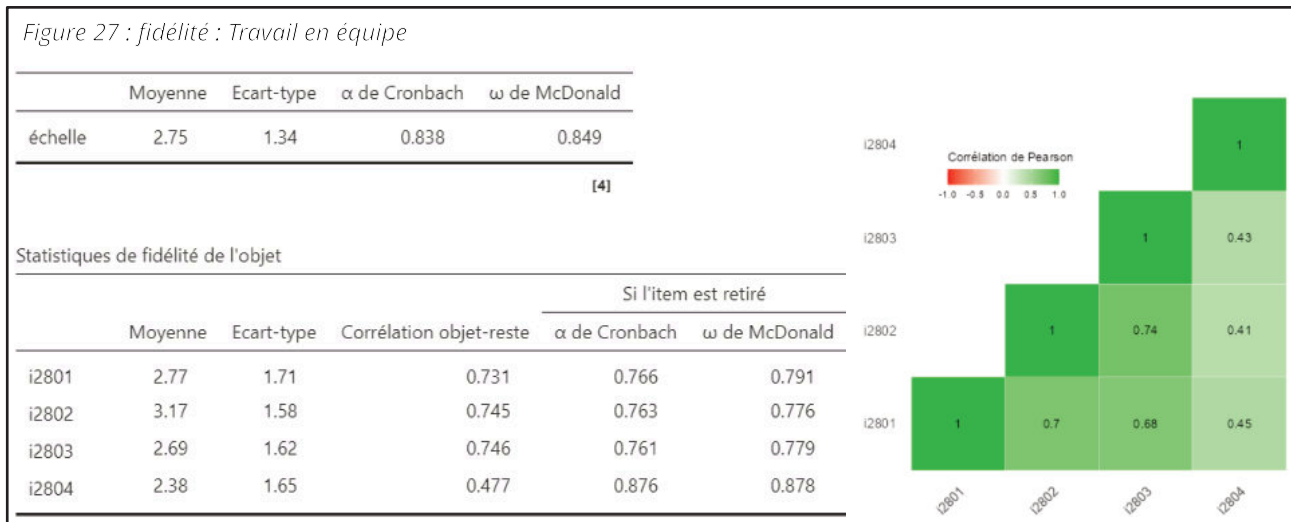
Cette motivation est en rapport avec le contexte de travail : les personnes ayant un score élevé à cette échelle valorisent le fait d'évoluer dans un environnement agréable et convivial. Il est particulièrement important pour leur motivation de se sentir incluses et que tout le monde soit traité avec respect.



Comme précédemment, les indicateurs de cohérence interne suggèrent une fidélité satisfaisante pour la dimension *Réceptivité à l'ambiance*.

Travail en équipe

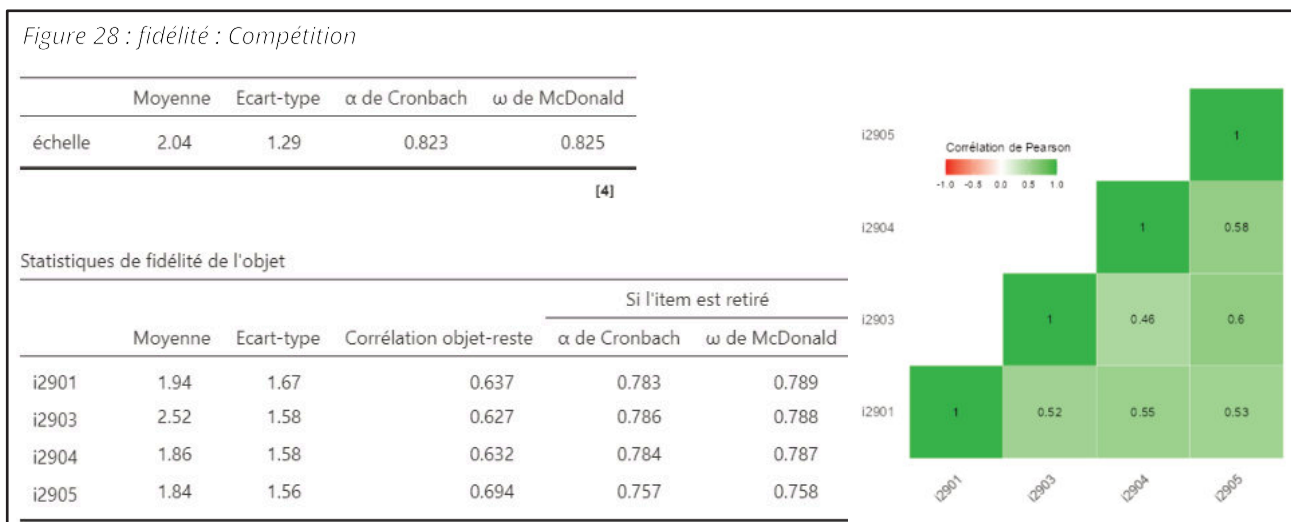
Les personnes très motivées par le travail en équipe veulent travailler main dans la main avec leurs collègues, et sont d'autant plus motivées si elles peuvent faire "corps" avec le reste de l'équipe. Elles ont besoin de trouver dans leur environnement un sens du travail fait en commun.



Dans l'ensemble, les indices de fidélité de cette dimension (*Travail en équipe*) sont très satisfaisants.

Compétition

Un score élevé à cette échelle est le reflet d'une volonté de travailler dans un milieu compétitif, où le fait de surpasser les autres et gagner est une source de motivation importante. Les personnes animées par cette motivation ne craignent pas la concurrence qu'elles cherchent à dominer.



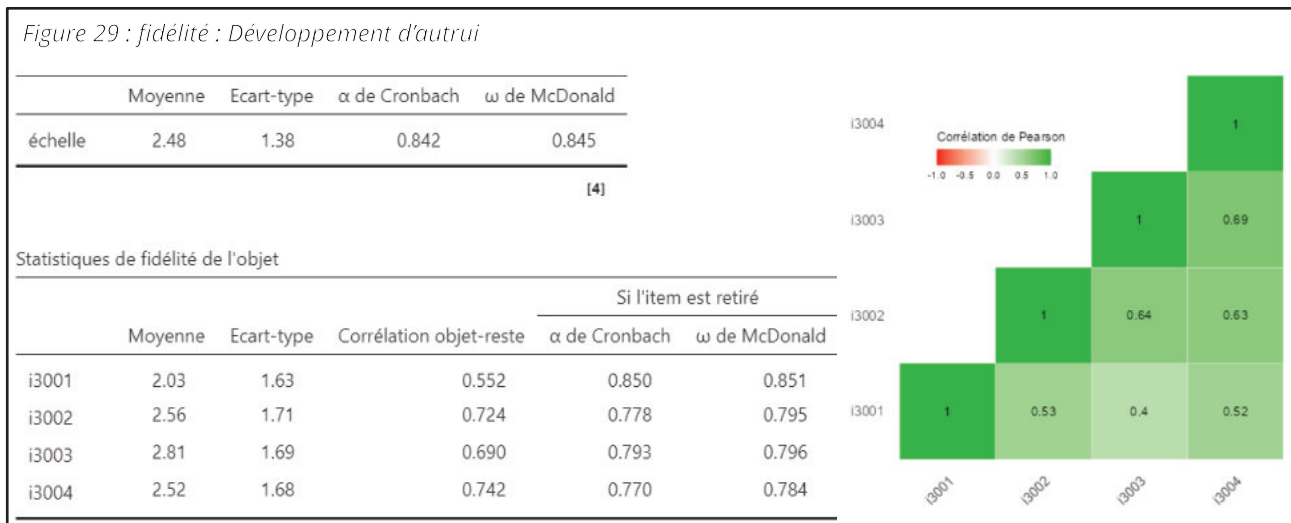
La dimension *Compétition* de MOVAPRO obtient un résultat très satisfaisant pour ce qui a trait aux indices de cohérence interne.

Développement d'autrui

Cette motivation, quand elle est élevée, témoigne d'une volonté de participer activement au développement professionnel d'autrui. Elle décrit l'envie d'aider les autres à progresser, à acquérir de nouvelles compétences, par des formations, des feedbacks constructifs ou par la valorisation des

progrès.

La dernière dimension, *Développement d'autrui*, hérite elle aussi de très bonnes valeurs pour ce qui a trait aux indices de fidélité.



Conclusion sur la fidélité de l'évaluation des motivations

L'ensemble des dimensions motivationnelles évaluées présentent des indices de fidélité satisfaisants à excellents. Les Alphas de Cronbach s'échelonnent de .683 (*Réceptivité à l'ambiance*) à .901 (*Mobilité & déplacements*), tandis que les Omegas de McDonald varient de .686 à .903 sur la même page. Ces résultats sont d'autant plus intéressants que chaque dimension ne repose que sur 4 items, ce qui tend habituellement à limiter mécaniquement les indices de cohérence interne. Plusieurs dimensions atteignent ou dépassent le seuil de .80, témoignant d'une très bonne cohérence interne : c'est notamment le cas de *Mobilité & déplacements* ($\alpha = .901$), *Travail en équipe* ($\alpha = .838$), *Compétition* ($\alpha = .823$) et *Spécialisation & expertise* ($\alpha = .840$). Les dimensions présentant les indices les plus modestes — *Service client* et *Réceptivité à l'ambiance* — demeurent néanmoins au-dessus du seuil de .6 généralement considéré comme acceptable, et leurs corrélations inter-items confirment une homogénéité suffisante pour une utilisation en contexte appliqué.

De manière générale, la partie motivations de MOVAPRO affiche une fidélité au moins comparable, et souvent supérieure, à celle observée pour la partie consacrée aux valeurs, confirmant la robustesse de cette section du questionnaire.

Sensibilité de la mesure des motivations

Asymétrie, aplatissement et normalité

Comme le montre le tableau 12, les coefficients d'asymétrie obtenus varient entre -1,16 (*Réceptivité à l'ambiance*) et +0,522 (*Stimulations intellectuelles*). La grande majorité des dimensions se situent à l'intérieur de l'intervalle acceptable de ± 1 , à l'exception de la *Réceptivité à l'ambiance* qui dépasse légèrement ce seuil. On observe une tendance à l'asymétrie négative pour plusieurs dimensions (*Réceptivité à l'ambiance*, *Recherche de feedbacks*, *Opportunités professionnelles*), suggérant une concentration des réponses vers les scores élevés, tandis que d'autres dimensions présentent une asymétrie positive modérée (*Stimulations intellectuelles*, *Mobilité & déplacements*, *Compétition*), indiquant une concentration vers les scores plus bas.

Les coefficients d'aplatissement se situent entre -1,10 (*Mobilité & déplacements*) et 1,92 (*Réceptivité à*

Tableau 12 : Analyse de la sensibilité du sous-test des motivations

	Opport. prof	Mobil. & dépl.	Stim. intellect.	Spécial. & expert.	Rech. feedbacks	Service client	Récept. ambiance	Travail en équipe	Compétition	Dévelop. d'autrui
N	262	262	262	262	262	262	262	262	262	262
Moyenne	3.22	1.90	1.79	2.07	3.15	3.06	3.81	2.75	2.04	2.48
Moyenne de l'erreur-standard	0.0711	0.0992	0.0791	0.0799	0.0702	0.0701	0.0620	0.0831	0.0798	0.0853
Moyenne des IC à 95% limite inférieure	3.08	1.70	1.63	1.91	3.01	2.92	3.69	2.59	1.88	2.31
Moyenne des IC à 95% limite supérieure	3.36	2.09	1.94	2.23	3.29	3.20	3.93	2.91	2.20	2.65
Médiane	3.25	1.50	1.75	2.00	3.25	3.00	4.00	2.88	1.75	2.50
Mode	5.00	0.00	0.00	0.00	3.50	2.50	5.00	3.00	1.25	3.75
Ecart-type	1.15	1.61	1.28	1.29	1.14	1.13	1.00	1.34	1.29	1.38
Minimum	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Maximum	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Coefficient d'asymétrie	-0.360	0.393	0.522	0.230	-0.613	-0.225	-1.16	-0.222	0.468	-0.0466
Asymétrie de l'erreur-standard	0.150	0.150	0.150	0.150	0.150	0.150	0.150	0.150	0.150	0.150
Kurtosis	-0.135	-1.10	-0.178	-0.522	0.268	-0.216	1.92	-0.603	-0.278	-0.915
Kurtosis de l'erreur-standard	0.300	0.300	0.300	0.300	0.300	0.300	0.300	0.300	0.300	0.300
W de Shapiro-Wilk	0.967	0.909	0.950	0.970	0.958	0.976	0.903	0.970	0.960	0.969
Valeur p de Shapiro-Wilk	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001

Note. L'IC de la moyenne utilisant la moyenne de l'échantillon suit une distribution de Student à N - 1 degrés de liberté

l'ambiance). Si la majorité des dimensions respectent le seuil de ± 1 , deux dimensions s'en écartent : *Mobilité & déplacements* (-1,10), présentant une distribution platikurtique assez marquée, et *Réceptivité à l'ambiance* (1,92), affichant une distribution leptokurtique plus prononcée, c'est-à-dire plus concentrée autour de la moyenne. Ces écarts, bien que notables, ne présentent pas un caractère rédhibitoire pour l'utilisation de l'outil.

Le test de Shapiro-Wilk indique que l'ensemble des distributions s'écartent de la normalité ($p < 0,001$ pour toutes les dimensions), avec des valeurs de W comprises entre 0,903 (*Réceptivité à l'ambiance*) et 0,976 (*Service client*). Ce résultat, plus significatif que pour la partie consacrée aux valeurs, pourrait s'expliquer en partie par la nature même des motivations professionnelles, qui tendent à générer des distributions moins symétriques que les valeurs en raison de leur caractère plus contextualisé et situationnel. Néanmoins, les valeurs de W demeurent globalement élevées, et il s'agit de tenir compte des limites qu'elles engendrent. En particulier, les écarts à la normalité observés restent compatibles avec le recours à des analyses paramétriques, compte tenu de la robustesse de ces méthodes face aux violations modérées de la normalité, mais écartent de fait l'usage de certaines méthodes d'extraction dans l'analyse factorielle.

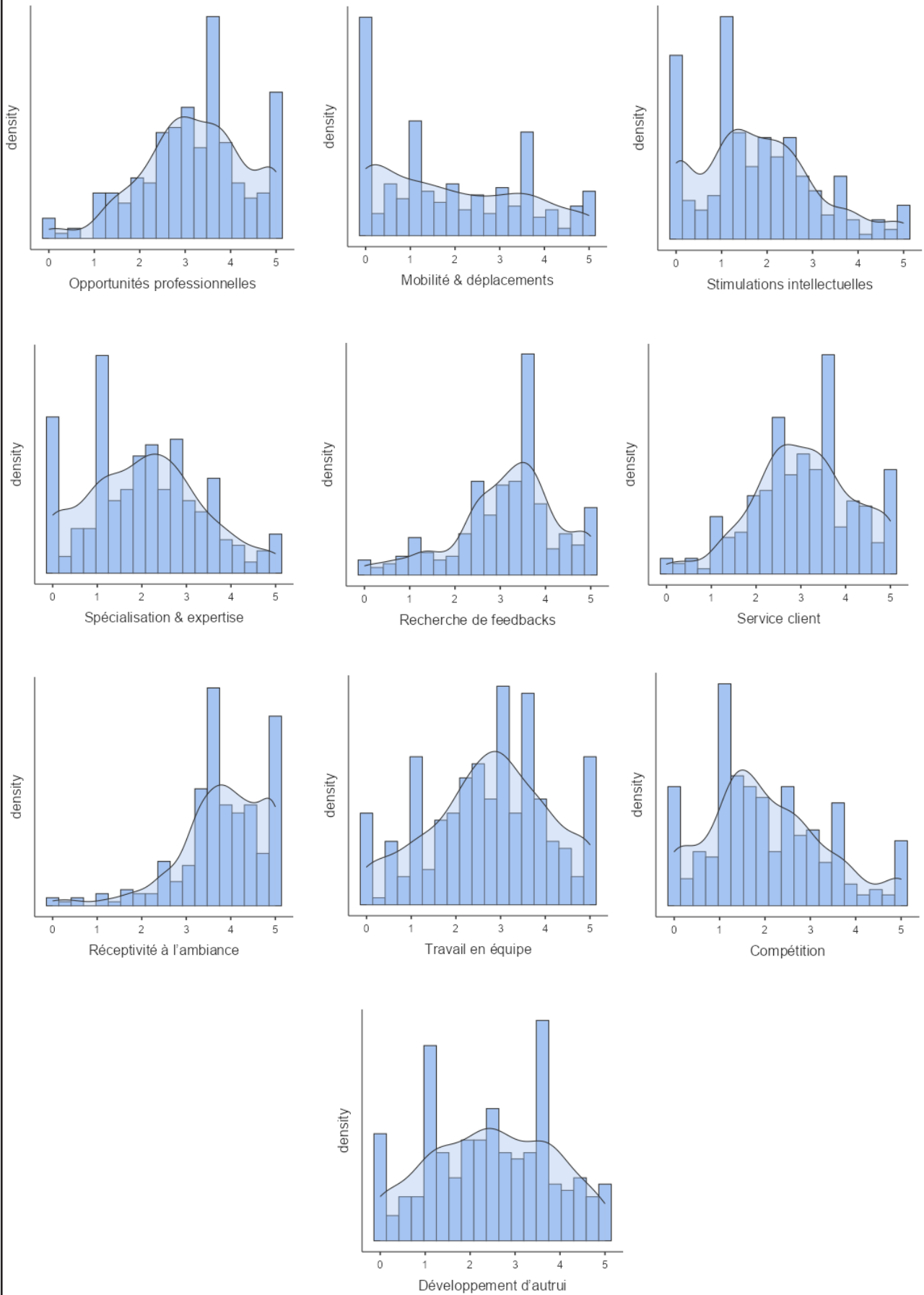
Examen visuel des distributions

En sus de l'analyse qui précède, un examen visuel des distributions des différentes dimensions est effectué (voir figure 30). Contrairement aux dimensions mesurant les valeurs, nous notons en effet des différences de distribution avec des effets plafonds ou plancher, comme c'est le cas de dimensions telles que "*Mobilité et déplacements*", "*Stimulation intellectuelles*", "*Spécialisations et expertise*", et "*Réceptivité à l'ambiance*". On observe par ailleurs la présence de plusieurs modes dans certaines distributions, telles que la dimension "*Développement d'autrui*", renforçant l'analyse du caractère plus clivant de l'évaluation des motivations, en comparaison aux valeurs, plus génériques. Dans l'ensemble, les distributions sont relativement satisfaisantes bien qu'elles ne correspondent que partiellement aux attentes de normalité et de sensibilité.

Conclusion sur la sensibilité

Les analyses de sensibilité de la partie motivations révèlent des résultats globalement satisfaisants. Les

Figure 30 : Distributions des dimensions de motivations



coefficients d'asymétrie se situent majoritairement dans les limites acceptables de ± 1 , à l'exception de la *Réceptivité à l'ambiance* (-1,16) qui dépasse légèrement ce seuil. Les coefficients d'aplatissement respectent également ce critère pour la plupart des dimensions, avec deux écarts notables : *Mobilité & déplacements* (-1,10) et *Réceptivité à l'ambiance* (1,92). Le test de Shapiro-Wilk indique des écarts significatifs à la normalité pour l'ensemble des dimensions ($p < 0,001$), ce qui s'explique en partie par la nature plus contextualisée et situationnelle des motivations professionnelles par rapport aux valeurs. L'examen visuel des distributions révèle quelques effets plafond ou plancher pour certaines dimensions (*Mobilité & déplacements*, *Stimulations intellectuelles*, *Spécialisation & expertise*, *Réceptivité à l'ambiance*), ainsi que des distributions multimodales (*Développement d'autrui*), confirmant le caractère plus clivant de l'évaluation des motivations. Malgré ces particularités, les distributions demeurent dans l'ensemble exploitables et compatibles avec une utilisation en contexte appliqué, les valeurs de W restant globalement élevées et les écarts observés ne compromettant pas la capacité de l'instrument à discriminer les individus sur le continuum des motivations mesurées.

Éthique de la mesure des motivations

Comme pour la passations des valeurs, ni la passation des items relatifs aux valeurs, ni la partie des valeurs contenue dans le rapport sont de nature à établir une discrimination basée sur le sexe ou l'origine ethnique. Les items sont rédigés selon les principes de l'écriture inclusive et ne sont pas de nature à favoriser ou discriminer une ethnie, une nationalité, ou un genre.

Conclusion sur la validation psychométrique des motivations

La validation psychométrique de la partie motivations de MOVAPRO révèle un instrument robuste et cohérent, présentant des qualités métriques intéressantes à plusieurs égards. L'analyse factorielle exploratoire confirme sans ambiguïté une structure à 10 dimensions de premier ordre, sans aucune saturation croisée supérieure à .3, attestant d'une bonne discrimination entre les facteurs mesurés. Cette clarté factorielle, obtenue avec seulement 4 items par dimension et sur un échantillon de taille modérée ($N = 262$), témoigne de la robustesse de la construction de l'outil. L'identification de trois méta-dimensions de second ordre — *Orientation relationnelle & collaborative*, *Dynamisme & ambition professionnelle*, et *Posture technique & intellectuelle* — enrichit par ailleurs les possibilités d'interprétation en offrant une lecture à la fois fine et synthétique des profils motivationnels.

Les indices de fidélité sont satisfaisants à excellents, avec des Alphas de Cronbach s'échelonnant de .683 à .901 et des Omegas de McDonald variant de .686 à .903, plusieurs dimensions atteignant ou dépassant le seuil de .80. Ces résultats sont d'autant plus encourageants qu'ils sont obtenus avec un nombre d'items limité par dimension.

L'analyse de sensibilité, bien que révélant des distributions parfois moins symétriques que celles observées pour les valeurs, confirme la capacité de l'instrument à discriminer les individus de manière plutôt adéquate. Les quelques écarts à la normalité et les effets plafond ou plancher observés sur certaines dimensions n'invalident pas l'utilisation de l'outil dans une perspective appliquée.

Enfin, l'évaluation des caractéristiques éthiques de cette partie du questionnaire confirme l'absence de biais discriminatoires liés au sexe ou à l'origine ethnique.

Au terme de cette validation, la partie motivations de MOVAPRO se présente comme un outil psychométriquement solide, dont la validité interne s'avère même plus stable et plus univoque que celle de la partie consacrée aux valeurs.

CONCLUSION GENERALE ET PERSPECTIVES

Au terme de cette validation psychométrique, MOVAPRO se présente comme un instrument d'évaluation des valeurs et des motivations professionnelles dont les qualités psychométriques sont globalement satisfaisantes, parfois excellentes, au regard des exigences attendues dans le domaine de l'évaluation psychologique appliquée au monde professionnel et de la durée de passation de l'outil.

Le choix d'un mode de passation par choix forcés gradués constitue l'une des forces de MOVAPRO. En contraignant le·la répondant·e à exprimer une préférence entre deux propositions tout en lui offrant la possibilité de nuancer son choix sur une échelle à 6 niveaux, la méthode appliquée réduit sensiblement les biais de désirabilité sociale et d'acquiescement qui affectent fréquemment les échelles de type Likert classiques, tout en préservant une granularité suffisante pour capturer des différences interindividuelles fines. Le format ipsatif gradué sans valeur médiane contribue également à limiter les effets de tendance centrale, un écueil récurrent dans les questionnaires autorapportés en contexte professionnel, où les enjeux liés à l'image de soi peuvent influencer les réponses.

La structure en deux volets complémentaires — valeurs professionnelles et motivations professionnelles — constitue un autre atout de l'outil. En articulant une évaluation des principes directeurs trans-situationnels, fondée sur l'adaptation des modèles de Schwartz au contexte professionnel, avec une mesure des leviers motivationnels concrets et contextualisés, MOVAPRO offre une lecture à la fois profonde et opérationnelle des dynamiques individuelles au travail. Cette complémentarité permet aux praticien·ne·s de dépasser la seule identification de ce qui compte fondamentalement pour une personne, pour explorer également ce qui la met en mouvement au quotidien dans son environnement professionnel. Peu d'outils sur le marché proposent cette double perspective au sein d'un même questionnaire, ce qui positionne MOVAPRO de manière originale dans le paysage des tests psychométriques destinés aux professionnels des ressources humaines, du coaching et de l'accompagnement de carrière.

S'agissant des résultats de la validation, le volet des valeurs présente une validité interne satisfaisante, malgré une structure factorielle exploratoire à 8 facteurs plutôt que les 9 ou 10 théoriquement attendus. Comme nous l'avons expliqué, cette particularité ne peut être réduite à un défaut de construction propre à MOVAPRO : elle reflète dans une large mesure les limites empiriques du modèle de Schwartz lui-même, qui reconnaissait dès 1992 la difficulté à séparer systématiquement *Tradition* et *Conformité* d'une part, et *Réussite* et *Pouvoir* d'autre part. Les indices de fidélité, avec des Alphas de Cronbach et Omegas de McDonald compris respectivement entre .624/.626 et .832/.834, témoignent d'une cohérence interne satisfaisante à très bonne. Le volet des motivations affiche quant à lui des propriétés psychométriques encore plus robustes en termes de validité : une structure factorielle claire et univoque à 10 dimensions, sans aucune saturation croisée égale ou supérieure à .3, et des indices de fidélité s'échelonnant de .683/.686 à .901/.903. L'identification de trois méta-dimensions de second ordre — *Orientation relationnelle & collaborative*, *Dynamisme & ambition professionnelle*, et *Posture technique & intellectuelle* — enrichit par ailleurs les possibilités d'interprétation des profils individuels.

Plusieurs axes d'amélioration et points d'attention méritent néanmoins d'être relevés, tout en étant replacés dans leur contexte. Premièrement, la taille des échantillons (N = 301 pour les valeurs, N = 262 pour les motivations), bien que suffisante pour conduire des analyses factorielles exploratoires et supérieure aux seuils communément admis dans la littérature pour ce type d'analyses, reste modérée. Un échantillon plus large permettrait de confirmer la stabilité des structures factorielles observées, notamment pour le volet des valeurs où certaines dimensions présentent des proximités empiriques marquées. Une analyse factorielle confirmatoire sur un échantillon indépendant constituerait un complément naturel et souhaitable de la présente validation.

Deuxièmement, la fusion statistique des dimensions *Tradition* et *Conformité*, ainsi que *Réussite* et *Pouvoir*, bien qu'explicable par le modèle théorique sous-jacent et documentée par Schwartz lui-même, appelle à une certaine vigilance de la part des praticiens lors de l'interprétation des profils individuels. Les corrélations fréquentes entre ces paires de dimensions ne doivent pas être interprétées comme un artefact de l'outil seulement, mais comme le reflet d'une réalité psychologique que le modèle original postulait déjà comme étant possible. Les développements futurs de MOVAPRO viseront néanmoins à affiner la séparation factorielle de ces dimensions, notamment par un travail de rédaction d'items plus discriminants encore, et à réintégrer la facette de *conformité interpersonnelle* qui a dû être écartée dans cette version.

Troisièmement, les analyses de sensibilité révèlent des profils de distribution légèrement différents entre les deux volets du test. Si les valeurs présentent des distributions globalement proches de la normalité, les motivations montrent des asymétries et des effets plafond ou plancher plus marqués pour certaines dimensions, notamment la *Réceptivité à l'ambiance*, la *Mobilité & déplacements* et les *Stimulations intellectuelles*. Ces particularités, si elles n'invalident pas l'outil, reflètent la nature intrinsèquement plus clivante et contextualisée des motivations professionnelles par rapport aux valeurs, qui sont par définition des construits plus universels et plus largement partagés. L'augmentation de la taille de l'échantillon normatif et, le cas échéant, l'ajustement de certains items pourraient contribuer à atténuer ces effets dans les versions futures.

Quatrièmement, la présente validation ne comporte pas d'étude de validité externe (convergente, divergente ou prédictive), ni d'analyse test-retest. Ces études complémentaires permettraient d'asseoir davantage la validité de construit de MOVAPRO et d'évaluer sa stabilité temporelle. De même, l'examen des relations croisées entre les valeurs et les motivations au sein d'un même échantillon apporterait un éclairage précieux sur les dynamiques qui lient ces deux niveaux d'analyse.

Enfin, sur le plan éthique, les deux volets du questionnaire répondent aux exigences attendues en matière de non-discrimination : les items, rédigés en écriture inclusive, ne sont de nature à favoriser ni à discriminer une ethnie, une nationalité ou un genre.

En définitive, MOVAPRO se présente comme un outil psychométriquement viable et prometteur, dont la double architecture — valeurs et motivations — offre une richesse d'interprétation rare dans le paysage des outils d'évaluation professionnelle. Ses limites, identifiées avec transparence dans le présent document, s'expliquent pour partie à la lumière d'une compréhension nuancée des modèles théoriques sous-jacents et des contraintes inhérentes à toute démarche de validation psychométrique. Son utilisation dans les contextes de recrutement, de mobilité interne, de coaching et de bilan de compétences est acceptable, à condition que les praticien-ne-s prennent en considération les points d'attention soulevés lors de l'interprétation des profils individuels.