



UNIVERSITÉ TOULOUSE - JEAN JAURÈS

INSTITUT SUPÉRIEUR DU TOURISME DE L'HÔTELLERIE ET DE L'ALIMENTATION

LICENCE 3 MANAGEMENT DE LA RESTAURATION COLLECTIVE

DOSSIER DE FIN D'ANNEE

PAYER SON REPAS EN CRYPTOMONNAIES EN RESTAURATION COLLECTIVE

Présenté par :

Mélina Estabes

Année universitaire : **2024–2025**

Sous la direction de : **Denis Bories**

Entreprise d'alternance : **ELIOR**

Les déterminants de l'intention de payer son repas en cryptomonnaies en restauration collective

L'ISTHIA de l'Université Toulouse Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tutorés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propres à leur auteur.

Remerciements

Je souhaite exprimer ma plus profonde gratitude envers mon tuteur pédagogique, Denis Bories, pour ses conseils tout au long de mon travail.

Je remercie tout autant mon tuteur professionnel Thomas Gogosza pour son accompagnement, sa patience et ses précieux conseils tout au long de cette expérience.

Je tiens également à remercier Madame Oros et Monsieur Cinotti pour nous avoir fourni les outils nécessaires à la rédaction de ce dossier de fin d'année.

Merci également à l'ensemble de l'ISTHIA, professeurs et professionnels pour m'avoir donné la chance de pouvoir faire partie de cette formation.

J'adresse mes chaleureux remerciements à mes camarades de formation pour le soutien moral et la solidarité dont nous avons tous fait preuve en cette période difficile.

Enfin, mes derniers remerciements vont à mon fiancé mes amis et mes parents qui font preuve d'un soutien indéfectible.

Sommaire

<i>Remerciements</i>	5
<i>Sommaire</i>	6
<i>Introduction générale</i>	7
<i>Partie 1 : Présentation de l'entreprise</i>	9
Le groupe Elior	9
Mon restaurant d'alternance	10
<i>Partie 2 : Présentation des missions et activités</i>	13
Introduction	13
Mes différentes missions et activités	13
Conclusion.....	17
<i>Partie 3 : Projet de recherche appliquée</i>	19
Introduction	19
Chapitre 1 - Revue de littérature.....	22
Chapitre 2 - Hypothèses et modèle de recherche.....	29
Chapitre 3 - Méthodologie	32
Chapitre 4 - Résultats	34
Chapitre 5 - Discussions, apports, limites et voies de recherche	36
Conclusion.....	Error! Bookmark not defined.
<i>Partie 4 : Conclusion générale</i>	41
<i>Table des annexes</i>	44
<i>Table des sigles</i>	62
<i>Table des figures</i>	Error! Bookmark not defined.
<i>Table des tableaux</i>	Error! Bookmark not defined.
<i>Table des matières</i>	63
<i>Résumé</i>	Error! Bookmark not defined.

Introduction générale

A l'issue de mon BTS Management en Hôtellerie Restauration option cuisine, j'ai décidé de faire la Licence 3 Management de la Restauration Collective. En effet, pour moi il est important de valider cette troisième année afin de pouvoir réaliser mon futur projet qui sera d'ouvrir ma propre entreprise.

Grâce à cette année de L3 en alternance en tant qu'adjointe de direction sur un restaurant d'entreprise avec Elior, j'ai eu l'occasion d'apprendre énormément sur le métier de responsable ce qui m'apportera beaucoup pour mon projet futur.

Ce dossier est donc la synthèse de cette année riche passée entre mon lieu d'alternance et les cours suivis au sein de l'ISTHIA. Je vais donc vous y présenter mon entreprise ainsi que les missions et activités que j'y ai mené. Mais aussi, le travail universitaire d'initiation à la recherche sur lequel j'ai travaillé durant mon parcours scolaire.

Ce dossier de recherche porte sur l'utilisation des cryptomonnaies pour payer son repas. Nous avons donc eu l'occasion de travailler sur un sujet d'actualité, très populaire, et de l'appliquer à notre corps de métiers. Cela a été l'occasion de découvrir ce qu'est le travail de recherche au niveau universitaire.

Ce dossier est composé de trois parties. Dans la première partie, je présenterai l'entreprise dans laquelle j'ai travaillé, dans la seconde partie les missions et activités effectuées et enfin, le projet de recherche appliquée.

Première partie : Présentation de l'entreprise

Partie 1 : Présentation de l'entreprise

Durant cette année d'alternance j'ai eu le privilège de travailler pour le groupe Elior, faisant parti des plus gros groupes de restauration collective en France.

Le groupe Elior

Le groupe Elior est un acteur majeur de la restauration collective en France et dans 11 pays. Tout d'abord, Elior Group a pour mission de « donner chaque jour le meilleur pour améliorer la vie de chacun ». Le groupe Elior expose des valeurs telles que la responsabilité, l'innovation, la proximité et l'excellence opérationnelle. L'entreprise prône des services de qualité, centrés sur l'humain tout en adoptant un comportement RSE.

Elior a été fondée en 1991 et a débuté son activité en France puis s'est étendu en Europe notamment en Espagne, en Italie et au Royaume-Uni. Le nom « Elior » a été adopté en 1998 et la société concentre ses activités autour de la restauration collective et de concession. Au début des années 2000, le groupe s'étend à l'international et étend ses activités en France. Il cède en 2019 la restauration de concession pour se concentrer sur la restauration collective.

En 2022, Elior entre au capital du groupe Derichebourg, le groupe Elior est alors intégré à Derichebourg Multiservices, renforçant l'offre de services du groupe.

En ce début d'année 2025, le groupe décide de changer son logo et son identité de marque afin de renforcer sa collaboration avec Derichebourg et a ainsi adopté le bison et la couleur bleue laissant l'historique camélia bordeaux.

Le groupe Elior opère donc dans deux secteurs actuellement : la restauration collective c'est-à-dire, des repas pour les entreprises, les établissements scolaires et les structures de santé, et les services aux entreprises, principalement le nettoyage. Le groupe fait aussi de la livraison de repas via notamment sur Toulouse, Breguet,

le service traiteur de Elior mais aussi avec Demoulin traiteur qui a été racheté récemment par le groupe.

En 2024, le groupe Elior comptait 133 000 collaborateurs, dans 11 pays avec 20 200 restaurants et points de vente et 2 600 sites gérés par Elior Services. Le tout pour 6,05 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

Aujourd'hui Elior Group est présent en Europe (France, Espagne, Royaume Uni, Portugal, Italie, Allemagne et Luxembourg), en Amérique du Nord (Etats-Unis et Canada) et en Asie (Inde et Chine).¹ ²

Mon restaurant d'alternance

Durant cette année avec le groupe Elior, j'ai travaillé dans un restaurant d'entreprise d'aéronautique géré par le groupe. Ce restaurant situé en périphérie toulousaine, compte une dizaine de collaborateurs et accueille environ 550 convives par jour. Le client est le CSE de l'entreprise avec lequel nous travaillons en étroite collaboration afin d'offrir le meilleur service pour nos convives.

L'équipe du restaurant est répartie en quatre groupes comme pour un restaurant traditionnel. En effet, en préparation froide nous comptons deux personnes (la responsable et une employée polyvalente de restauration) ; en cuisine, l'équipe est composée de quatre personnes (le chef, la seconde, un cuisinier et un commis de cuisine) ; en pâtisserie, elles sont trois collaboratrices (la cheffe pâtissière et deux employées polyvalentes de restauration) et enfin, le directeur qui est également mon tuteur, M. Thomas Gogosza et moi-même qui suis son adjointe, complétons l'équipe.

Nous mettons un point d'honneur à proposer une prestation de qualité et diversifiée avec un large choix d'entrées et de desserts mais aussi plusieurs plats chauds avec

¹ Elior Group : one of the world's leading operators in contract catering and support services, <https://www.eliorgroup.com/node> , 2025, consulté le 26 juin 2025.

² « EliorGroup » dans Wikipédia, http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Elior_Group&action=history 2025, consulté le 26 juin 2025.

notamment une option végétarienne tous les jours. En effet, nous proposons quatre entrées et cinq desserts tous les jours. De plus, pour les plats chauds nous proposons chaque jour quatre plats différents et deux grillades. Le ticket moyen d'un convive au restaurant est de 9,5€.

Deuxième partie : Description des missions et activités

Partie 2 : Présentation des missions et activités

Introduction

Durant mon année d'alternance avec le groupe Elior, j'ai occupé le poste d'adjointe de direction de restaurant dans une entreprise d'aéronautique. Mes missions ont évolué tout au long de l'année afin que je prenne de plus en plus d'indépendance pour finalement prendre la direction du restaurant lors des absences du directeur (soit sur des courtes périodes, lors de formations par exemple, ou plus longues, comme lors ses congés).

Mes différentes missions et activités

Les missions de tous les jours

Une journée type pour moi au restaurant commence à 7h dans le local de la préparation froide en général. Suivant les absences je peux également aider jusqu'à 9h en pâtisserie ou en cuisine en fonction des besoins pour la production du jour. Il s'agit ici de soulager les équipes dans leurs tâches quotidiennes mais aussi d'être au plus proche de leur travail afin de mieux les comprendre et de leur montrer que je comprends les défis de leur métier.

A partir de 9h15 et jusqu'au briefing à 10h35, je rejoins le directeur au bureau et nous traitons les mails, les demandes de prestations du club mais aussi tous les petits imprévus comme les pannes de matériels ou encore la prise de rendez-vous pour l'entretien du gros matériel comme les hottes par exemples. Le site dans lequel je travaille étant un site très sécurisé, nous gérons aussi toutes les demandes d'accès pour les personnes devant entrer sur site pour accéder au restaurant. Ces tâches sont surtout des tâches de gestion du restaurant, mais je suis également amenée à faire la programmation de l'affichage dynamique et de la caisse afin de s'assurer du bon déroulement du service.

Pour finir, je me mets en accord avec le chef de cuisine pour savoir le postage pour le service et ensuite nous allons faire le point avec l'équipe pour le service du midi. C'est-à-dire, qui est à quel poste, quel a été la production du jour et c'est aussi l'occasion de faire passer des messages à toute l'équipe. Nous mettons un point d'honneur à effectuer ce briefing afin de permettre une organisation et une communication optimale permettant à l'équipe d'être rassurée et de fixer les objectifs.

Durant le service, j'aime faire tourner mes équipes tout au long de la semaine sur les différents postes que ce soit au service des plats chauds sur les différents pôles ou au réapprovisionnement de la vitrine. J'aime bouger aussi mais en général je suis en caisse qui est un poste sur lequel toute l'équipe n'est pas formée car c'est un pôle avec une responsabilité financière. Lorsque cela est possible, le directeur me laisse seule au service avec les collaborateurs, j'ai alors la responsabilité de manager les équipes. Je m'assure que le service se déroule bien pour chaque collaborateur et qu'il ne manque rien de ce qui est demandé dans le contrat. Je m'occupe aussi des petits incidents qui peuvent survenir pendant le service comme du matériel défectueux par exemple.

Le service dure 2h30. Quand nous fermons le restaurant soit c'est moi qui clôture la caisse soit c'est une collaboratrice qui y a été formée. En suivant, je rentre les chiffres du jour dans le logiciel (Chiffre d'Affaires, Trésorerie, nombre de couverts...) et c'est à ce moment qu'on avance sur les projets en cours.

Affichage et animations

Afin de répondre à une demande croissante de la clientèle du restaurant, nous mettons en place des animations culinaires de façon régulière. La première étape est d'échanger avec le chef de cuisine et les chefs de parties concernés sur l'animation choisi ainsi que la date. Après avoir récupéré toutes les informations nécessaires comme le nom du plat concerné, sa composition (notamment pour les allergènes) et la date, je prépare grâce à un logiciel de type Canva une affiche exposée en zone d'animation, ainsi qu'un affichage sur l'écran dynamique à l'entrée du restaurant. Ces derniers sont exposés quelques jours avant le début de

l'animation pour prévenir les convives. Ici, il s'agit d'utiliser les compétences en marketing étudiées pour capter un maximum de convives.

Les animations peuvent concerter un plat en particulier comme évoqué précédemment, ou alors une journée spéciale comme pour le Nouvel an chinois, Octobre rose, Noël... Dans ce cas-là, c'est toute la production qui est sur le thème sur un ou plusieurs jours.

Je participe également à l'élaboration de prestations dans le cadre des demandes de la direction pour des animations en dehors du restaurant (dans des salles de réunion, le grand hall ou la salle de réfectoire du bâtiment). Lors de ces évènements, nous proposons des prestations sur mesure sur devis. Nous commençons par un premier échange avec le client sur le type de prestation souhaitée et on lui fait une première proposition avec les tarifs. Pour des prestations comme celle-ci, j'utilise les compétences en analyse financière, notamment pour le calcul du coût et de la marge souhaitée sur la prestation. Ensuite, nous échangeons pour ajuster la prestation au plus proche des attentes du client. Lorsque le devis est validé, nous prévenons alors les équipes, notamment les collaborateurs les plus concernés, afin de passer les commandes et de préparer au besoin des fiches recettes mais aussi de s'organiser suivant les délais. Le ou les jour(s) de prestations, nous coordonnons l'installation et nous vérifions que rien n'a été oublié.

Edition de contrat et demandes de devis

Durant mon année d'alternance, j'ai eu également l'occasion de travailler sur l'édition d'un contrat avec la direction du site. Comme évoqué précédemment, Elior est sous contrat avec le CSE de l'entreprise concernant la prestation du restaurant. En revanche, nous faisons des prestations pour la direction mais jusqu'ici, il n'y avait pas de contrat papier.

Le directeur m'a donc demandé de rédiger les tableaux financiers, récapitulatifs des prestations proposées. J'ai récupéré à l'aide du logiciel grâce auquel les clients peuvent commander les différentes prestations, les différents tarifs appliqués et fait des tableaux avec le logiciel Excel pour chaque prestation. C'est-à-dire, les différents

menus proposés au club de direction, les différentes pauses proposées, les différents produits d'épicerie et consommables qui peuvent être commandés pour les bureaux (eau, biscuits, verres en carton...) et enfin un tableau comprenant les frais fixes liés à l'exécution de ce contrat comme la valeur de la rémunération de l'employée polyvalente de restaurant qui est mise à disposition des clients lors des prestations en tant que « serveuse de direction ». Parmi les frais fixes, on compte aussi l'amortissement du matériel type vaisselle mais aussi les frais d'exploitation. J'ai ensuite soumis mon document à mon directeur afin qu'il y apporte les modifications souhaitées. Dans cet exercice j'ai eu l'occasion d'utiliser mes compétences acquises en contrôle de gestion mais aussi en analyse financière et la mise en page des tableaux a été optimisée par les connaissances données par les formations en informatique.

Parmi les missions qui m'ont été confiées durant cette année d'apprentissage, j'ai également été en charge d'échanger avec un potentiel prestataire pour l'installation d'un matériel spécifique. En effet, j'ai eu l'occasion d'échanger avec le commercial d'une entreprise fournissant un système de sécurité pour les feux de friteuse. Cette demande a été faite suite à un incident survenu au restaurant durant lequel une couverture anti feu avait été utilisée mais personne n'était habilité à la retirer afin de vérifier si le feu était bien éteint. Le client nous a donc demandé s'il était possible d'installer un système d'extinction automatique. J'ai contacté une société, après un premier échange, je suis allée prendre des photos et j'ai récupéré toutes les informations à propos des friteuses et des hottes concernées. Le commercial m'a établi un devis. Malheureusement, le montant été beaucoup trop élevé même après négociation nous n'avons pas souhaité donner de suite avec le client. Lors de cet échange, j'ai pu utiliser les cours de techniques de vente mais en tant que client afin de faire part de mes demandes et de négocier.

Budget annuel

Elior nous demande chaque année d'établir les budgets annuels au mois de mai. J'ai donc eu l'occasion de travailler sur ces budgets avec le directeur du restaurant. Cet exercice m'a permis d'utiliser les connaissances en contrôle de gestion acquises tout

au long de l'année notamment pour l'édition du bilan et du compte de résultat prévisionnel. Nous avons utilisé les chiffres réels de l'année en cours pour les mois d'octobre à avril et les chiffres de l'année passée pour les budgets de mai à septembre car on clôture le bilan annuel au mois de septembre. De plus, pour établir les besoins en personnel, nous avons dû budgétiser, en fonction des mois, le nombre de collaborateurs en congés, en fonction des fluctuations de captation au restaurant mais aussi des fermetures annuelles, comme pendant les jours fériés par exemple. Ensuite, nous avons soumis notre budget à notre responsable de secteur qui l'a validé puis il est ensuite remis au contrôleur de gestion qui va essayer de restreindre au maximum le budget afin d'être au plus proche de la réalité mais aussi de convenir aux actionnaires de la société.

Conclusion

Pour conclure, lors de mon année d'apprentissage au sein d'un restaurant d'entreprise d'aéronautique avec Elior, j'ai eu l'honneur de travailler sur des projets variés et l'occasion de faire un tour des différents postes qui existent dans un restaurant d'entreprise. Cela m'a permis de me donner des armes pour mon projet de création d'entreprise futur et de me conforter dans ce choix-là. Cela m'a également permis d'accroître mes connaissances dans la gestion d'une équipe, notamment lors des périodes d'absence de mon directeur où j'ai pu être laissée en autonomie dans la gestion du restaurant.

Troisième partie : Projet de recherche appliquée

Partie 3 : Projet de recherche appliquée

Introduction

L'essor des crypto-monnaies représente une opportunité pour les entreprises de restauration collective d'innover et d'attirer une clientèle sensible à ces nouvelles solutions de paiement. D'autre part, il est essentiel de comprendre les freins et les motivations des consommateurs face à cette option. Cette analyse peut aider les entreprises à positionner efficacement leur offre et à anticiper les attentes des utilisateurs.

En effet, entre 2023 et 2024, nous constatons une augmentation de détenteurs de cryptomonnaies à hauteur de 33% et en 2023 c'est 12% des français qui possédaient un portefeuille de cryptomonnaies.^{3 4}

L'adoption des cryptomonnaies touche principalement les jeunes (18-35ans) et les hommes. De plus, pour la majorité des détenteurs, avoir un portefeuille de cryptomonnaies est une opportunité de diversification de leurs ressources.⁵

Au regard, de cette augmentation exponentielle de l'utilisation des cryptomonnaies et de l'intérêt croissant des populations envers cette nouvelle monnaie, une première question s'est posée :

³ Multiplier Partners with Triple-A to Enable Payroll Processing and Freelancer Payments in Digital currencies, <https://www.triple-a.io/blog/crypto-ownership-report>, 24 mai 2024, consulté le 27 juin 2025.

⁴ Web3 et crypto en France et en Europe, <https://kpmg.com/fr/fr/media/press-releases/2024/03/adan-web3-france-europe.html>, consulté le 27 juin 2025.

⁵ BLONDEL Aurélie, 2024, « Les cryptomonnaies, un investissement générationnel », 18 nov. 2024. https://www.lemonde.fr/argent/article/2024/11/18/les-cryptomonnaies-un-investissement-generationnel_6401114_1657007.html

Est-ce que proposer comme moyen de paiement les cryptomonnaies serait intéressant en restauration collective ?

Avec cette question en tête, le but était de comprendre les leviers d'adoption de ce mode de paiement, tout en identifiant les défis et opportunités pour les acteurs de la restauration collective. Pour répondre à cette question, nous avons utilisé la théorie du comportement planifié qui cherche à expliquer et à prédire les comportements humains en tenant compte de facteurs psychosociaux et cognitifs mais aussi, les différents modèles UTAUT et principalement le modèle UTAUT 2 (Venkatesh, Thong et Xu 2012) qui est une extension du modèle UTAUT (Venkatesh et al. 2003) permettant de comprendre l'acceptation et l'utilisation des technologies par les individus. Quant au modèle UTAUT 3 (Bhatnagr et Rajesh 2024), il complète les deux premiers avec le risque perçu. Pour compléter ces documents nous avons également fait des recherches sur ce que sont les cryptomonnaies et tout ce qui les concerne comme la blockchain.

Ces différentes études sont basées sur l'acceptation des nouvelles technologies dont les cryptomonnaies en font partie mais nous avons remarqué qu'aucune étude n'a été réalisée sur l'utilisation de celle-ci, notamment dans le contexte de la restauration collective.

La problématique que nous avons donc défini dans l'ensemble est :

Quels sont les déterminants de l'intention de payer son repas en cryptomonnaies en restauration collective ?

L'objectif de cette recherche est donc d'identifier tous les facteurs qui pourraient pousser ou non les consommateurs de restauration collective à utiliser les cryptomonnaies pour le paiement de leur repas. Et ainsi, donner aux acteurs de la restauration collective, les outils pour s'adapter à l'arrivée de cette nouvelle technologie.

Pour cela nous allons établir notre recherche en cinq grandes parties. La première partie sera la revue de littérature, partie dans laquelle nous allons étudier et utiliser

tous les textes scientifiques parlant de notre sujet et susceptible de nous amener sur différentes pistes à exploiter. Dans la seconde partie nous allons présenter les hypothèses qui ont été émises grâce à nos recherches ainsi que les différents modèles de recherche utilisés. Dans une troisième partie, nous exposerons toutes les méthodes utilisées pour tester les hypothèses formulées.

Ensuite, nous allons présenter les résultats de nos recherches pour répondre à notre problématique. Pour finir, nous discuterons des résultats et exposerons les apports, les limites et les voies de recherche de notre étude.

Chapitre 1 - Revue de littérature

La revue de littérature est la phase exploratoire de l'étude qui va nous permettre d'étudier notre sujet en se basant sur les travaux d'autres auteurs qui touchent à notre problématique.

Les cryptomonnaies et la blockchain

Les cryptomonnaies sont des monnaies numériques décentralisées basées sur la technologie blockchain, permettant des transactions sécurisées sans intermédiaire.⁶

La blockchain est une technologie de stockage et de transmission d'informations, transparente, sécurisée, et fonctionnant sans organe central de contrôle.⁷ Ce mode de stockage et de transmission de données est sous forme de blocs liés les uns aux autres et protégés contre toute modification. Les cryptomonnaies sont stockées dans des portefeuilles numériques. Les monnaies virtuelles telles que les cryptomonnaies peuvent s'échanger contre des monnaies fiduciaires comme l'Euro ou se monétiser chez certains commerçants qui l'acceptent comme moyen de paiement.⁸

Lancé en 2009, le Bitcoin (BTC) est la plus célèbre cryptomonnaie, souvent considérée comme une réserve de valeur numérique. D'autres, comme Ethereum (ETH), ont introduit des innovations telles que les contrats intelligents.⁹

⁶ *Qu'est-ce que la cryptomonnaie et comment fonctionne-t-elle ?*, <https://www.kaspersky.fr/resource-center/definitions/what-is-cryptocurrency>, 2 novembre 2020, consulté le 27 juin 2025.

⁷ *Qu'est-ce que la chaîne de blocs (Blockchain) ?*, <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/blockchain-definition-avantage-utilisation-application>, consulté le 27 juin 2025.

⁸ « Cryptomonnaie » dans *Wikipédia*, 2025,
<http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Cryptomonnaie&oldid=226607223>

⁹ « Cryptomonnaie » dans *Wikipédia*, 2025,
<http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Cryptomonnaie&oldid=226607223>

Avec une capitalisation totale estimée à 1 200 milliards de dollars en 2025, les cryptomonnaies impactent l'économie mondiale, facilitant les paiements internationaux et attirant les investisseurs.¹⁰

Elles posent également des défis aux systèmes bancaires traditionnels, incitant plusieurs pays à développer leurs propres monnaies numériques dû à la décentralisation. En effet, actuellement, sur le plan juridique français, elles ne sont pas considérées comme une monnaie car elles ne dépendent d'aucune institution et ne bénéficient d'aucun cours légal.¹¹

De plus, (« Le régime fiscal des cryptomonnaies ») déclare « *Les plus-values réalisées par les particuliers, lors de la cession de cryptomonnaies, sont exonérées d'impôt si le total des cessions dans l'année est inférieur à 305 euros, conformément à l'article 150 VH bis du code général des impôts.* ». Cela signifie que pour des particuliers qui auraient gagné plus que la somme indiquée en cryptomonnaies, la possibilité d'utilisation de celle-ci dans le paiement de leur repas leur serait bénéfique car ils pourraient utiliser cette monnaie sans avoir à la transformer en Euro et donc ne pas payer de Prélèvement forfaitaire unitaire dit aussi « Flat Taxe » qui est à hauteur de 30% de la valeur des gains.

L'intention d'utiliser

D'après (Fishbein et Ajzen 1975), l'intention d'utiliser est définie comme la probabilité subjective qu'une personne adopte un comportement. De plus, d'après, (I Ajzen 1991), « le concept d'intention comportementale se rapporte à la délibération consciente et à la décision d'un individu d'adopter un comportement spécifique à un moment précis avant sa mise en œuvre effective ». L'intention

¹⁰ Multiplier Partners with Triple-A to Enable Payroll Processing and Freelancer Payments in Digital currencies, <https://www.triple-a.io/blog/crypto-ownership-report>, 24 mai 2024, consulté le 27 juin 2025.

¹¹ « Monnaie numérique de banque centrale » dans Wikipédia, 2025, : http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Monnaie_num%C3%A9rique_de_banque_centrale&oldid=225610582.

conceptualisée par (BRATMAN 2018), est décrite comme un plan structuré et coordonné qui guide et façonne l'action des individus à travers le temps.

La théorie du comportement planifié

La théorie du comportement planifié (Icek Ajzen 1985), explique comment et pourquoi les individus adoptent un comportement donné. Elle repose sur trois facteurs principaux qui influencent l'intention comportementale. Le premier facteur est « l'attitude à l'égard du comportement » : c'est l'évaluation positive ou négative de l'individu par rapport au comportement. Le deuxième facteur est « la norme subjective » : c'est la pression sociale perçue de l'entourage. Le dernier facteur est « le contrôle comportemental perçu » : c'est le sentiment de capacité d'exécution du comportement.

Ce sont ces trois facteurs qui influencent l'intention comportementale. D'après la théorie du comportement planifié (*Ibid.*), plus l'intention est forte, plus la probabilité que l'individu effectue ce comportement est forte. En revanche, elle peut être également influencée par des facteurs externes et le contrôle réel. Le contrôle comportemental perçu est influencé par des facteurs facilitateurs ou des obstacles externes (comme le temps ou l'argent) et internes (comme les émotions par exemple) mais aussi par les expériences passées (succès ou échecs) ou encore les croyances sur les ressources et compétences, l'auto-efficacité c'est-à-dire sa confiance en sa capacité à agir et enfin la perception de la difficulté.

Mais cette théorie a des limites. En effet, il y a plusieurs facteurs qui ne sont pas pris en compte comme les facteurs émotionnels et irrationnels souvent influencés par la culture et la société qui entourent l'individu. De plus, elle prédit moins bien les comportements complexes ou inhabituels. Et enfin, cette théorie explique le comportement en un temps donné mais ne prend pas en compte le fait qu'il peut évoluer.

Les différentes théories UTAUT

Le premier modèle UTAUT (Venkatesh et al. 2003), est un modèle qui synthétise huit modèles antérieurs dont le modèle d'acceptation des technologies (Davis 1989) et la théorie du comportement planifié (Icek Ajzen 1985). Il est considéré comme la théorie la plus fiable qui explique l'intention d'adoption et l'utilisation effective des technologies. Dans sa première version, l'UTAUT (Venkatesh et al. 2003) identifie seulement quatre déterminants de l'intention d'utilisation qui sont la performance attendue, l'effort attendu, l'influence sociale et les conditions facilitatrices. « *Une validation ultérieure de l'UTAUT dans une étude longitudinale a révélé qu'elle expliquait 70 % de la variance de l'intention comportementale d'utilisation (IB) et environ 50 % de l'utilisation réelle* ». Mais ce premier modèle avait ses limites, notamment car il n'était pas adapté aux consommateurs. Une extension que l'on appelle UTAUT 2¹² a été proposée.

Dans notre contexte, c'est ce modèle-là qui nous sera le plus utile. En effet, dans cette version de UTAUT, ont été ajouté trois nouvelles variables qui sont la motivation hédonique, la valeur prix et l'habitude. « Les extensions proposées dans UTAUT2 ont produit une amélioration substantielle de la variance expliquée par l'intention comportementale (56 % à 74 %) et l'utilisation des technologies (40 % à 52 %). » (Venkatesh, Thong et Xu 2012)

La dernière version de UTAUT, qui est une version contextuelle, et peut être appelée UTAUT 3 (Bhatnagr et Rajesh 2024), complète la théorie pour des sujets plus complexes comme c'est le cas avec l'utilisation des cryptomonnaies. La variable qui y est ajoutée concerne l'innovation personnelle.

¹² Contributeurs de Wikipédia. (11 juin 2025). Théorie unifiée de l'acceptation et de l'utilisation des technologies. Dans *Wikipédia, l'encyclopédie libre*. Consulté le 26 juin 2025 à 15h34 sur https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Unified_theory_of_acceptance_and_use_of_technology&oldid=1295014800

Les différentes variables

D'après tous les modèles et théories présentés précédemment, nous avons retenu neuf variables qui peuvent expliquer l'intention d'utiliser.

La première variable est l'**effort attendu**, c'est-à-dire la perception de l'individu s'il est facile pour lui ou non d'utiliser cette nouvelle technologie que sont les cryptomonnaies. Elle est expliquée dans l'UTAUT (Venkatesh et al. 2003) et a été construite grâce au modèle TAM, MPCU et IDT. D'après le modèle, plus l'effort attendu est faible, plus l'intention d'utiliser augmente et son effet est plus fort chez les utilisateurs novices que sur les experts.

La deuxième variable est le **risque global**, défini par (Featherman et Pavlou 2003) « *le niveau d'incertitude perçu par un utilisateur quant aux conséquences négatives potentielles associées à l'utilisation d'une technologie ou d'un service numérique* ». Il y a plusieurs composantes du risque global : le risque de performance, financier, vie privée, sécurité, social et psychologique. D'après les études déjà réalisées, plus le risque global perçu est fort, moins l'utilisateur a l'intention d'utiliser la technologie.

La troisième variable prise en compte est expliquée par l'UTAUT 2 (Venkatesh, Thong et Xu 2012), c'est la **valeur prix**. Elle est définie par « *Le rapport qualité-prix est le compromis cognitif des consommateurs entre les avantages perçus des applications et le coût monétaire de leur utilisation.* » c'est-à-dire, la perception du bénéfice ou coût financier que l'utilisation de la technologie implique. Son rôle dans l'intention d'utilisation, et montre que plus la valeur prix est élevé (bénéfices > coûts), plus l'intention d'utiliser est forte.

La quatrième variable est l'**innovation personnelle**, d'après l'UTAUT 3 (Bhatnagar et Rajesh 2024), elle est « *la tendance individuelle à adopter des nouvelles technologies de manière proactive, sans influence sociale externe* ». D'après les études, les individus avec un fort niveau d'innovation personnelle sont moins sensibles au risque perçu et plus réceptifs aux nouveautés.

La cinquième variable est **la motivation hédonique**, sa définition est « *elle désigne le plaisir, l'amusement ou la satisfaction qu'un individu éprouve en utilisant une technologie, indépendamment de son utilité fonctionnelle.* » selon (Venkatesh, Thong et Xu 2012) dans UTAUT 2. Elle ne concerne que l'individu lui-même parce qu'il y trouve un intérêt personnel ou un plaisir et cela ne concerne pas un objectif externe à atteindre. Elle est introduite officiellement dans UTAUT 2 mais elle est inspirée de la théorie de l'autodétermination (Deci et Ryan 1985) qui distingue la motivation intrinsèque de la motivation extrinsèque.

La sixième variable est **l'habitude**, elle est également extraite de l'UTAUT 2 (Venkatesh, Thong et Xu 2012), « *elle fait référence au degré d'automaticité dans l'utilisation d'une technologie, résultant de son usage répété et régulier.* » c'est-à-dire, la fréquence d'utilisation, elle est intégrée ou non à la routine de la personne. Des recherches ont montré que l'habitude réduit l'effet de l'effort attendu notamment dans l'usage d'applications bancaires (Bhatnagar et Rajesh 2024).

La septième variable est **l'influence sociale**, elle est issue de l'UTAUT (Venkatesh et al. 2003) et elle définit par « *L'influence sociale correspond au degré auquel un individu perçoit que des personnes importantes à ses yeux pensent qu'il devrait utiliser une technologie.* ». Elle provient de normes sociales perçues, de la pression du groupe ou du désir d'approbation. Elle est très forte pour de jeunes utilisateurs mais peut diminuer avec l'expérience.

La huitième variable est **les conditions facilitatrices** qui est également expliquée par l'UTAUT (*Ibid.*), « *elles désignent le degré auquel une personne croit que des ressources organisationnelles, techniques ou sociales existent pour soutenir l'usage d'un système technologique.* » elle inclut par exemple la disponibilité du matériel ou l'assistance technique. D'après l'UTAUT (*Ibid.*), elles ont un effet significatif sur l'usage effectif de la technologie.

La neuvième et dernière variable est **la performance attendue**, elle vient elle aussi de UTAUT (*Ibid.*), elle est définie par « *La performance attendue correspond au degré auquel un individu croit que l'utilisation d'un système technologique*

améliorera sa performance ou ses résultats dans un certain contexte. ». Cette variable est au centre des modèles d'acceptation des technologies car elle résume l'utilité perçue de l'innovation. Elle est particulièrement influente lorsque l'utilisateur perçoit un gain immédiat de l'adoption.

Chapitre 2 - Hypothèses et modèle de recherche

Les cryptomonnaies représentent une innovation technologique majeure dont l'adoption est encore partiellement comprise. Il est donc essentiel de comprendre les facteurs qui influencent l'intention de les utiliser, notamment pour les acteurs du marché comme les restaurateurs en restauration collective. Ce travail s'appuie principalement sur UTAUT 2 et est complété par ses extensions récentes. Nous avons donc plusieurs variables clés à analyser telles que la performance attendue, l'effort attendu, les conditions facilitatrices, l'influence sociale, la motivation hédonique, l'habitude, la valeur prix, l'innovation personnelle et le risque global.

Hypothèses

Nous avons donc formulé les hypothèses suivantes :

- **H1 : La performance attendue a un effet positif significatif sur l'intention d'utiliser les cryptomonnaies.**

Selon (*Ibid.*; Venkatesh, Thong et Xu 2012), la performance attendue est un des principaux déterminants de l'intention d'utiliser les cryptomonnaies. De plus, une étude menée par (Shahzad et al. 2018), a montré que les individus sont plus disposés à adopter la technologie cryptomonnaies s'ils estiment qu'elle améliore leur efficacité financière.

- **H2 : L'effort attendu a un effet positif significatif sur l'intention d'utiliser les cryptomonnaies.**

Selon le TAM (Icek Ajzen 1985) et UTAUT 2 (Venkatesh, Thong et Xu 2012), l'effort attendu fait référence à la facilité d'utilisation perçue, plus la technologie est facile d'utilisation, plus l'individu sera enclin à l'utiliser. (Alalwan, Dwivedi et Rana 2017) ont confirmé cela dans le cas des technologies bancaires mobiles.

- **H3 : Les conditions facilitatrices ont un effet positif significatif sur l'usage effectif des cryptomonnaies.**

Selon (Venkatesh et al. 2003), les conditions facilitatrices sont liées à l'usage effectif. (Zúñiga, Morales et Morales 2024) montre par exemple, dans le cas des applications bancaires, que là où elles sont facilement accessibles et bien intégrées, l'usage réel est plus élevé.

- **H4 : L'influence sociale a un effet positif significatif sur l'intention d'utiliser les cryptomonnaies.**

Dans UTAUT (Venkatesh et al. 2003), l'influence sociale est un prédicteur direct de l'intention d'usage. Dans leur ouvrage (Szmigin et Piacentini 2018) soulignent que les recommandations d'autrui ou les tendances sociales (notamment sur les réseaux sociaux) influencent l'adoption des innovations financières.

- **H5 : L'habitude a un effet positif significatif sur l'usage effectif des cryptomonnaies.**

Selon (Venkatesh, Thong et Xu 2012), les comportements routiniers sont de puissants prédicteurs de l'usage effectif. L'étude (Restuputri, Refoera et Masudin 2023), démontre que l'habitude a un effet significatif et direct non seulement sur l'intention, mais aussi sur l'usage effectif des applications mobiles d'investissement en cryptomonnaies en Indonésie.

- **H6 : La motivation hédonique a un effet positif significatif sur l'intention d'utiliser les cryptomonnaies.**

La motivation hédonique influence l'intention d'usage (Venkatesh, Thong et Xu 2012). (Ghazanfar Ali Abbasi et al. 2025) soulignent que la motivation hédonique, liée au plaisir, à l'amusement et à la recherche de nouveauté joue un rôle crucial dans l'intention d'adoption.

- **H7 : La valeur prix perçue a un effet positif significatif sur l'intention d'utiliser les cryptomonnaies.**

La valeur prix perçue est considérée comme variable centrale dans UTAUT 2 (Venkatesh, Thong et Xu 2012). (SADEGH SANGARI 2025) montre dans son étude que la barrière de la valeur freine significativement l'adoption.

- **H8 : L'innovation personnelle a un effet positif significatif sur l'intention d'utiliser les cryptomonnaies.**

(Rzayev, Sakkas et Urquhart 2025), dans cette étude, il est montré que les innovateurs constituent le principal moteur de l'adoption des cryptomonnaies.

- **H9 : Le risque perçu global a un effet négatif significatif sur l'intention d'utiliser les cryptomonnaies.**

Le risque perçu est un frein reconnu dans l'adoption des cryptomonnaies. Dans une étude menée au Bhoutan, (Jefferson et Nasser), le risque perçu est un prédicteur négatif significatif de l'intention d'adopter les cryptomonnaies.

Modèle de recherche

Pour construire notre modèle de recherche nous avons utilisé toutes les versions de UTAUT(Venkatesh et al. 2003; Venkatesh, Thong et Xu 2012; Bhatnagar et Rajesh 2024) dans lesquelles nous avons pris l'ensemble des variables pour construire notre questionnaire. Lors de l'analyse de celui-ci, certaines variables n'étaient pas significatives comme la confiance ou l'auto-efficacité. En effet, les chiffres que nous avions n'étaient pas cohérent, cela peut être dû à une mauvaise rédaction des items ou une mauvaise compréhension des répondants. Nous avons donc induit un modèle de recherche avec les variables retenues (voir : Modèle de rechercheAnnexe A)

Chapitre 3 - Méthodologie

La méthode appliquée à ce dossier de recherche est une étude quantitative réalisée sur 209 personnes résidents en France en décembre 2024. L'étude quantitative s'est appuyée sur un questionnaire rédigé suivant les items des théories utilisées. Le questionnaire était contextualisé grâce à une image stimuli qui a permis de recentrer les idées des répondants dans le contexte de l'utilisation des cryptomonnaies en restauration collective.

L'échantillon ciblait une population comprenant des employés utilisant un restaurant d'entreprise et des étudiants mangeant sur leur lieu d'étude. Le questionnaire a regroupé des répondants avec une répartition par genre relativement équilibrée, malgré une légère majorité de femmes (51,7% de femmes et 48,3% d'hommes). Nous avons ciblé une population assez jeune, en effet, 73,7% des répondants ont moins de 30 ans. L'étude quantitative a été menée sur 17 jours. 97,1% des répondants connaissent les cryptomonnaies mais seulement 12,4% possèdent un portefeuille cryptomonnaies (voir Annexe B).

Les items ont été déterminés par la traduction et l'adaptation des items d'UTAUT 1 et 2 (Venkatesh, Thong et Xu 2012; Venkatesh et al. 2003) en ajoutant le contexte spécifique de la restauration collective et de l'application des cryptomonnaies. Les dimensions principales incluent les attentes de performance, d'effort, l'influence sociale, les conditions facilitatrices, l'habitude, les motivations hédoniques, la valeur prix et l'innovation personnelle. En complément grâce à l'UTAUT 3 (Bhatnagar et Rajesh 2024), nous avons pu ajouter une analyse approfondie du risque perçu.

Nous avons donc ajouté une image pour plonger les répondants dans le contexte du questionnaire. Elle correspond notamment à un bloc portant sur l'intention d'utiliser les cryptomonnaies en restauration collective. Elle représente un buffet d'entrées avec un écritau sur lequel sont inscrits les moyens de paiement tels que le Bitcoin, l'Ethereum, le Solana et le Dogecoin.

Chaque item a été évalué à l'aide d'une échelle de Likert en 5 points, allant de « Pas du tout d'accord » (1) à « Tout à fait d'accord » (5). Cette échelle permet de capter la diversité des perceptions et attitudes des répondants.

Une fois les données collectées, l'évaluation des échelles de mesure utilisées dans l'étude est essentielle pour en assurer la validité et la fiabilité. Les résultats ont été analysés grâce à un code Python réalisé sur Google Collab (voir Annexe D).

Le premier outil que nous avons utilisé est l'Alpha de Cronbach, c'est un indicateur statistique qui mesure la cohérence interne des items. Concrètement, cela signifie qu'il permet de vérifier que les résultats des questions qui mesurent le même item donnent des résultats cohérents entre elles. Plus sa valeur se rapproche de 1 plus les résultats sont fiables (voir Annexe E).

Ensuite nous avons fait un test KMO qui nous a permis de savoir si nos questions étaient assez corrélées, plus le score s'approche de 1, mieux c'est, pour nous il se situait en général entre 0,7 et 0,8 (voir Annexe E)

L'étape suivante était de réaliser une analyse en composante principale. Dans cette étape il s'agit de chercher des groupes de questions qui vont ensemble, c'est en fait regrouper les items dans chacune des variables mesurées.

La rotation factorielle permet, elle, de rendre les résultats plus clairs.

Quant à la variance totale expliquée, elle mesure combien de pourcentage des réponses sont bien représentées par ces groupes.

Les hypothèses du modèle ont alors été testées par une régression linéaire qui nous permet donc de voir si une relation existe entre une variable indépendante (comme la performance attendue par exemple) et la variable dépendante (ici, l'intention d'utiliser les cryptomonnaies en restauration collective).

La régression va donc permettre de dire si la relation est significative et dans quel sens.

Chapitre 4 - Résultats

Dans le cadre de notre recherche, nous avons donc réalisé une étude qualitative avec 209 répondants. Les répondants sont en majorité jeunes, notre étude cible une population plus à même d'être informé sur les cryptomonnaies (voir Annexe B).

L'analyse de la pertinence des items par méthode d'analyse en composante principale nous a permis de réduire le nombre d'items permettant d'expliquer la variance. Le but étant d'avoir le moins d'items possible pour expliquer la plus grande proportion de variance.

Ainsi, le coefficient de détermination indique que 68,2% de la variation dépendante, intention d'utiliser, est expliquée par les variables indépendantes incluses dans le modèle (voir Annexe P).

La méthode de régression nous a permis de déterminer l'impact de chaque variable indépendante sur la variable dépendante. Le coefficient peut être positif ou négatif et est accompagné de sa signification statistique (p-value) qui doit être inférieure à 0,05 pour être significative.

Ainsi, la performance attendue a un effet positif fort et très significatif sur l'intention d'utiliser les cryptomonnaies (cf. Annexe G). L'effort attendu a un effet négatif significatif sur l'intention d'utiliser les cryptomonnaies (cf. Annexe H). L'influence sociale a un effet positif très significatif sur l'intention d'utiliser les cryptomonnaies (cf. Annexe J). Et enfin, l'habitude a également un effet positif très significatif sur l'intention d'utiliser les cryptomonnaies (cf. Annexe K). De plus, la valeur prix est à la limite d'avoir un effet positif significatif avec une p-value à 0.068 (cf. Annexe M).

En revanche, les conditions facilitatrices n'ont aucun effets significatifs sur l'intention d'utilisation (cf. Annexe I). Tout comme, la motivation hédonique et l'innovation personnelle (cf. Annexe L et Annexe N). Le risque global a, lui, un effet très faible sur l'intention d'utiliser (cf. Annexe O).

Le facteur d'inflation de la variance (VIF), nous permet de déterminer s'il y a une forte corrélation entre les variables indépendantes qui pourrait fausser les résultats. Dans notre étude le VIF est bien inférieur à 5 (entre 1,59 et 3,58). Les variables ne sont donc pas trop liées entre elles, elles apportent des informations différentes (cf. Annexe P).

Enfin, le test de Fisher (F-statistic) nous a permis de déterminer la significativité globale du modèle. D'après l'Annexe P, le score du test est de 45,82 et la p-value associée est inférieure à 5 %, donc le modèle est statistiquement significatif.

Chapitre 5 - Discussions, apports, limites et voies de recherche

Dans cette dernière partie, nous allons dans un premier temps confronter, au travers d'une discussion approfondie les résultats que nous avons obtenus grâce à notre étude qualitative avec les études précédentes que nous avons identifiées dans la revue de littérature et qui nous ont permis de formuler nos hypothèses. Nous viendrons ensuite exposer les apports méthodologiques et managériaux que cette recherche pourra avoir. Nous identifierons ensuite les limites que cette recherche a rencontré, puis viendrons proposer des pistes de recherche dans le but de comprendre l'intention d'utiliser des cryptomonnaies pour payer son repas en restauration collective.

Apports théoriques

Pour la construction de nos hypothèses nous avons utilisé les modèles UTAUT 2 et 3 (Venkatesh, Thong et Xu 2012; Bhatnagr et Rajesh 2024). Notre étude qualitative nous a permis de confirmer plusieurs hypothèses issues de ces modèles avec notamment l'effet positif significatif de la performance attendue, l'influence sociale, l'habitude et, dans une moindre mesure, la valeur prix perçue. En revanche, nous avons pu remettre en question partiellement certaines variables. En effet, dans notre contexte, la motivation hédonique et l'innovation personnelle qui sont pourtant des variables clés de UTAUT 2 et 3 (Venkatesh, Thong et Xu 2012; Bhatnagr et Rajesh 2024), n'ont pas d'effet significatif ici. De plus, les conditions facilitatrices et le risque global, traditionnellement considérés comme importants, n'ont montré aucun effet significatif ou un impact très faible dans le contexte spécifique de la restauration collective.

Notre étude a permis de transférer des modèles d'acceptation de la technologie tels que UTAUT et TPB vers un domaine peu exploré : la restauration collective, notamment en lien avec les cryptomonnaies. De plus, nous avons largement étudié le risque global perçu dans cette étude. Pourtant très dissuasif dans d'autres études, il n'a pas eu un effet fort sur la volonté de payer en cryptomonnaies. Donc, en opposition aux anciennes recherches menées, pour nous, le risque ne freine pas vraiment l'intention d'utiliser. Cela remet donc en question l'idée que le risque est

toujours un frein aussi important. Dans le cas de la restauration collective, les individus ne sont pas aussi découragés par les risques associés aux cryptomonnaies. Concernant la variable de l'effort attendu, contrairement à notre hypothèse, elle a un effet négatif. Cela affine notre compréhension : même si la technologie est innovante, dans le contexte de la restauration collective, une complexité perçue dissuade l'intention d'utiliser.

Pour conclure, notre travail a validé certains piliers des modèles d'acceptation technologique, en a remis en cause ou nuancé d'autres et a ouvert la voie à de futures recherches sur l'utilisation de nouvelles technologies dans des services de proximités tels que la restauration collective.

Apports méthodologiques

Ce travail s'appuie sur des modèles reconnus tels que les trois évolutions du modèle UTAUT mais aussi la théorie du comportement planifié. Nous avons traduit et adapté les échelles mais nous les avons surtout contextualisées spécifiquement au secteur de la restauration collective. Les items du questionnaire ont été formulés pour mesurer l'intention de payer son repas en cryptomonnaies dans un restaurant d'entreprise ou scolaire, c'est une application qui était encore inexplorée pour le moment. Cette étude contribue donc à l'enrichissement des modèles dans des secteurs peu étudiés comme la restauration collective.

Nous avons également intégré à notre questionnaire une image stimuli qui a permis aux répondants de se projeter concrètement dans la situation. Cette approche visuelle a permis de renforcer la capacité du questionnaire à refléter une situation réelle.

Grâce aux apports de M. Bories, nous avons pu utiliser des outils statistiques (tels que Alpha de Cronbach, test KMO, ACP, Régression linéaire multiple, Test de Fisher et VIF) qui sont des méthodes standardisées mais rarement combinées de manière aussi complète dans ce type de mémoire.

Pour conclure, cette recherche se distingue par une adaptation des modèles théoriques existants à la restauration collective, l'intégration d'un support visuel et l'usage combiné d'outils statistiques avancés.

Apports managériaux

L'étude montre que les jeunes adultes (18-30 ans), qui sont déjà familiers avec les technologies numériques, sont plus ouverts à l'usage des cryptomonnaies. Nous pouvons donc recommander aux acteurs de la restauration collective de cibler en priorité les sites universitaires ou les entreprises technologique pour développer leur offre de moyens de paiement incluant les cryptomonnaies.

Les variables les plus influentes sur l'intention d'utilisation des consommateurs sont la performance attendue, l'habitude et l'influence sociale. Nous pouvons donc recommander aux entreprises de valoriser les bénéfices concrets du paiement en cryptomonnaies (rapidité, sécurité et confidentialité) et favoriser la routinisation de l'usage grâce à des programmes de fidélité ou des promotions pour inciter à l'utilisation du paiement en cryptomonnaies. L'influence sociale a un effet significatif très fort notamment sur les jeunes. Nous recommandons donc d'impliquer des ambassadeurs internes pour recommander l'usage des cryptomonnaies.

L'effort attendu ayant un effet négatif significatif, nous recommandons de former le personnel, simplifier les interfaces de paiement et offrir des tutoriels (avec des vidéos courtes par exemple) afin de permettre aux utilisateurs de percevoir ce nouveau moyen de paiement comme simple et fluide.

La valeur prix est proche de la significativité, notamment grâce à la fiscalité favorable. Il faut donc privilégier une communication claire sur le gain économique réel pour les détenteurs de cryptomonnaies. Il faut également afficher les mesures de protection mises en place pour garantir les minimales de sécurité.

Afin d'adapter les politiques commerciales, l'étude suggère que l'intérêt existe mais que l'usage effectif dépend de l'habitude. Les acteurs de restauration collective pourraient donc lancer le projet sur un site test qui accueille la population la plus à

même de vouloir utiliser cette technologie afin de tester l'acceptabilité, de former le personnel et de recueillir des retours des clients. Le but étant de récolter toutes ces données afin de développer le système sur d'autres sites. Il faut également faire appel à des fournisseurs de solutions de paiement de cryptomonnaies afin d'accompagner au mieux chacun des sites.

Pour conclure, les résultats de l'étude permettent d'apporter aux restaurateurs des moyens concrets pour intégrer les cryptomonnaies dans leurs modes de paiement mais aussi des axes de communication et des leviers opérationnels.

Limites et voies de recherches

Notre travail de recherche présente certaines limites. Tout d'abord, notre étude a une approche exclusivement quantitative, il pourrait être intéressant d'ajouter une dimension qualitative afin d'avoir une compréhension plus approfondie des motivations individuelles. De plus, l'échantillon est restreint avec 209 répondants et peu diversifié, il serait intéressant de généraliser l'étude pour avoir des résultats sur l'ensemble des usagers de restauration collective. L'échantillon est également limité au niveau géographique, nous pourrions donc développer l'étude sur d'autres populations. La rédaction des items est également une limite de notre étude car avec une mauvaise compréhension des items, certaines variables peuvent être biaisées ou non cohérentes ce qui induit des résultats qui n'expliquent que 68,2 % des comportements.

Les limites que nous avons identifiées vont donc constituer nos principales voies de recherche. Il serait donc intéressant de développer l'étude quantitative pour toucher un maximum de population de la restauration collective. Il serait également intéressant de construire des entretiens semi-directifs ou des focus groups lors d'une enquête qualitative. De plus, il faudrait reformuler certains items afin d'être au plus proche du comportement réel des utilisateurs.

Conclusion

Ce dossier de recherche se propose d'étudier l'intention d'utiliser les cryptomonnaies pour payer son repas en restauration collective.

La revue de littérature nous a permis d'identifier les différentes variables d'explication du comportement. En effet, les modèles UTAUT 1, 2 et 3 ainsi que la Théorie du comportement planifié et l'explication complète des technologies cryptomonnaies et blockchain nous ont permis de sélectionner neuf variables explicatives de l'intention d'utilisation. Ainsi, nous avons pu rédiger nos hypothèses, nous permettant de structurer notre recherche.

Nous avons choisi de réaliser une étude quantitative avec la construction d'un questionnaire détaillé basé sur des échelles de mesures validées scientifiquement. Nous avons choisi de réaliser cette étude sur un échantillon précis étant constitué de jeunes adultes consommant des repas dans un restaurant d'entreprise ou scolaire. Les résultats obtenus ont été analysés grâce à des outils statistiques tels que l'analyse en composante principale et la régression multiple. L'interprétation de ces coefficients a permis d'établir que le modèle explique 68,2 % du modèle, que quatre hypothèses ont pu être validées, une a été inversée (elle a un effet négatif et non positif) et que les autres variables indépendantes ne sont pas significatives.

Cette étude a permis de compléter les modèles d'acceptation des technologies avec l'intégration des cryptomonnaies mais surtout en appliquant ces modèles dans le contexte très peu étudié qu'est la restauration collective. Nous avons donc pu apporter aux acteurs de la restauration collective, des réponses concernant l'ajout d'un paiement en cryptomonnaies dans leurs établissements. Cependant, cette étude a été réalisé sur un échantillon limité, ce serait donc intéressant de réaliser de futures recherches sur une plus grande population.

Cette recherche nous a donc permis d'explorer une problématique actuelle avec l'essor des cryptomonnaies grâce à une démarche rigoureuse. Certains résultats mériteraient d'être approfondis même si certaines hypothèses ont été confirmées. Ce travail s'inscrit donc dans une dynamique de recherche continue.

Partie 4 : Conclusion générale

Pour conclure, ce dossier présente l'expérience professionnelle et universitaire acquise au cours de cette année d'alternance au sein du groupe Elior ainsi qu'une recherche menée sur l'intention d'utilisation des cryptomonnaies pour payer son repas en restauration collective.

Ce travail est articulé en trois parties, dans une première partie ont été présentées mon lieu d'alternance et la société pour laquelle j'ai travaillé durant cette année : Elior. Dans la seconde partie, j'ai présenté un ensemble d'activités et de missions que j'ai réalisé durant cette année, allant des missions de tous les jours, passant par des missions plus régulières comme l'affichage et les animations et des missions plus ponctuelles comme le budget annuel.

Dans la troisième partie, grâce à la littérature scientifique et à l'adaptation de différents modèles de recherche appliqués à la restauration collective, ainsi qu'une étude quantitative, nous avons étudié les comportements des consommateurs de restauration collective à l'égard de l'intention d'utilisation des cryptomonnaies afin de payer leur repas dans leur restaurant d'entreprise ou scolaire. Cette recherche a révélé, malgré les limites soulignées, que la performance attendue, l'habitude et l'influence sociale sont des facteurs déterminants de l'intention d'utiliser les cryptomonnaies pour payer son repas en restauration collective.

Cette année d'alternance en licence 3 Management de la restauration collective a été enrichissante tant du point de vue théorique que professionnel. Elle m'a permis d'acquérir des connaissances et des compétences multiples grâce ce projet de recherche appliqué qui fut un réel challenge.

Bibliographie

AJZEN I, 1991, « The Theory of Planned Behavior », *ResearchGate*, 1991, vol. 50, n° 2, p. 179-211.

AJZEN Icek, 1985, « From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior » dans Julius Kuhl et Jürgen Beckmann (eds.), *Action Control: From Cognition to Behavior*, Berlin, Heidelberg, Springer, p. 11-39.

ALALWAN Ali Abdallah, DWIVEDI Yogesh K. et RANA Nripendra P., 2017, « Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers », *Int. J. Inf. Manag.*, 1 juin 2017, vol. 37, n° 3, p. 99-110.

BHATNAGR Puneett et RAJESH Anupama, 2024, « Neobanking adoption – An integrated UTAUT-3, perceived risk and recommendation model », *South Asian Journal of Marketing*, 1 novembre 2024, vol. 5, n° 2, p. 93-112.

BRATMAN Michael E, 2018, *Planning, Time, and Self-Governance: Essays in Practical Rationality*, Oxford University Press., Oxford, Royaume-Uni.

DAVIS Fred D., 1989, « Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology », *MIS Quarterly*, 1989, vol. 13, n° 3, p. 319-340.

DECI Edward L. et RYAN Richard M., 1985, « Conceptualizations of Intrinsic Motivation and Self-Determination » dans Edward L. Deci et Richard M. Ryan (eds.), *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*, Boston, MA, Springer US, p. 11-40.

FEATHERMAN Mauricio S. et PAVLOU Paul A., 2003, « Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective », *International Journal of Human-Computer Studies*, 1 octobre 2003, vol. 59, n° 4, (coll. « Zhang and Dillon Special Issue on HCI and MIS »), p. 451-474.

FISHBEIN et AJZEN, 1975, *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA, Addison-Wesley.

GHAZANFAR ALI ABBASI, EE YIN TIEW, JIN QUAN TANG, EN-NEE GOH et T. RAMAYAH, 2025, « The adoption of cryptocurrency as a disruptive force: Deep learning-based dual stage structural equation modelling and artificial neural network analysis », *ResearchGate*, 26 juin 2025.

JEFFERSON et NASSER, « (PDF) The Appreciation of Cryptocurrency: A Study on Digital Asset Knowledge among Rural Bank Personnel in the Second District of Albay Province », *ResearchGate*.

RESTUPUTRI Dian Palupi, REFOERA Figo Bimaraka et MASUDIN Ilyas, 2023,
« Investigating Acceptance of Digital Asset and Crypto Investment Applications
Based on the Use of Technology Model (UTAUT2) », *FinTech*, septembre 2023,
vol. 2, n° 3, p. 388-413.

RZAYEV Khaladdin, SAKKAS Athanasios et URQUHART Andrew, 2025, « An adoption
model of cryptocurrencies », *European Journal of Operational Research*, 16 mai
2025, vol. 323, n° 1, p. 253-266.

SADEGH SANGARI Mohamad, 2025, « (PDF) What is driving consumer resistance
to crypto-payment? A multianalytical investigation », *ResearchGate*, 26 mai 2025.

SHAHZAD Fakhar, XIU GuoYi, WANG Jian et SHAHBAZ Muhammad, 2018, « An
empirical investigation on the adoption of cryptocurrencies among the people of
mainland China », *Technology in Society*, 1 novembre 2018, vol. 55, p. 33-40.

SZMIGIN Isabelle et PIACENTINI Maria, 2018, *Consumer Behaviour*, Oxford New York,
NY, 528 p.

VENKATESH Viswanath, MORRIS Michael G., DAVIS Gordon B. et DAVIS Fred D., 2003,
« User acceptance of information technology: Toward a unified view », *MIS
Quarterly : Systèmes d'information de gestion*, septembre 2003, 27 SP-425 EP-
478.

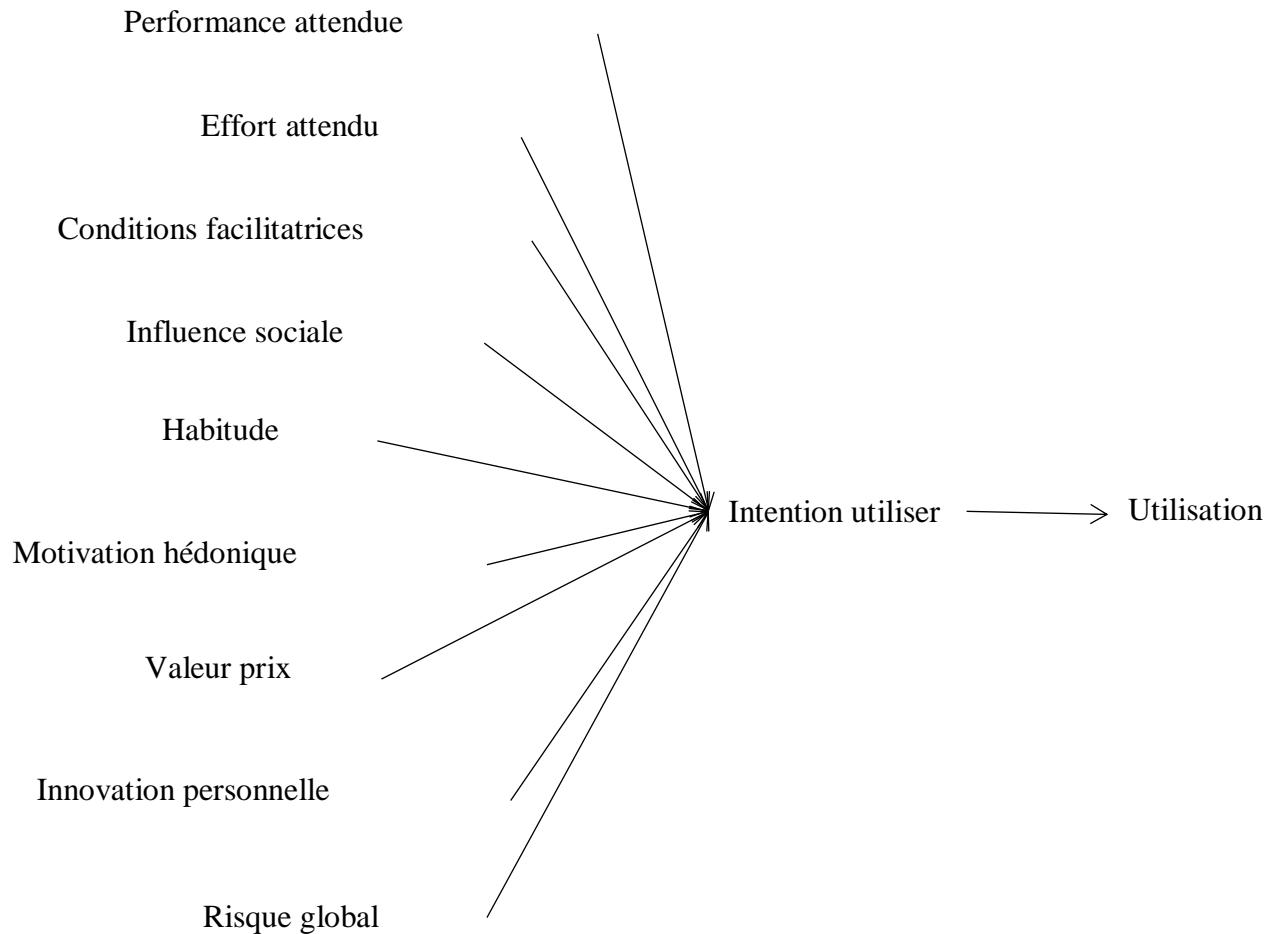
VENKATESH Viswanath, THONG James et Xu Xin, 2012, « Acceptation et utilisation
par les consommateurs des technologies de l'information: Extension »,
Management Information Systems Quarterly, 1 mars 2012, vol. 36, n° 1, p.
157-178.

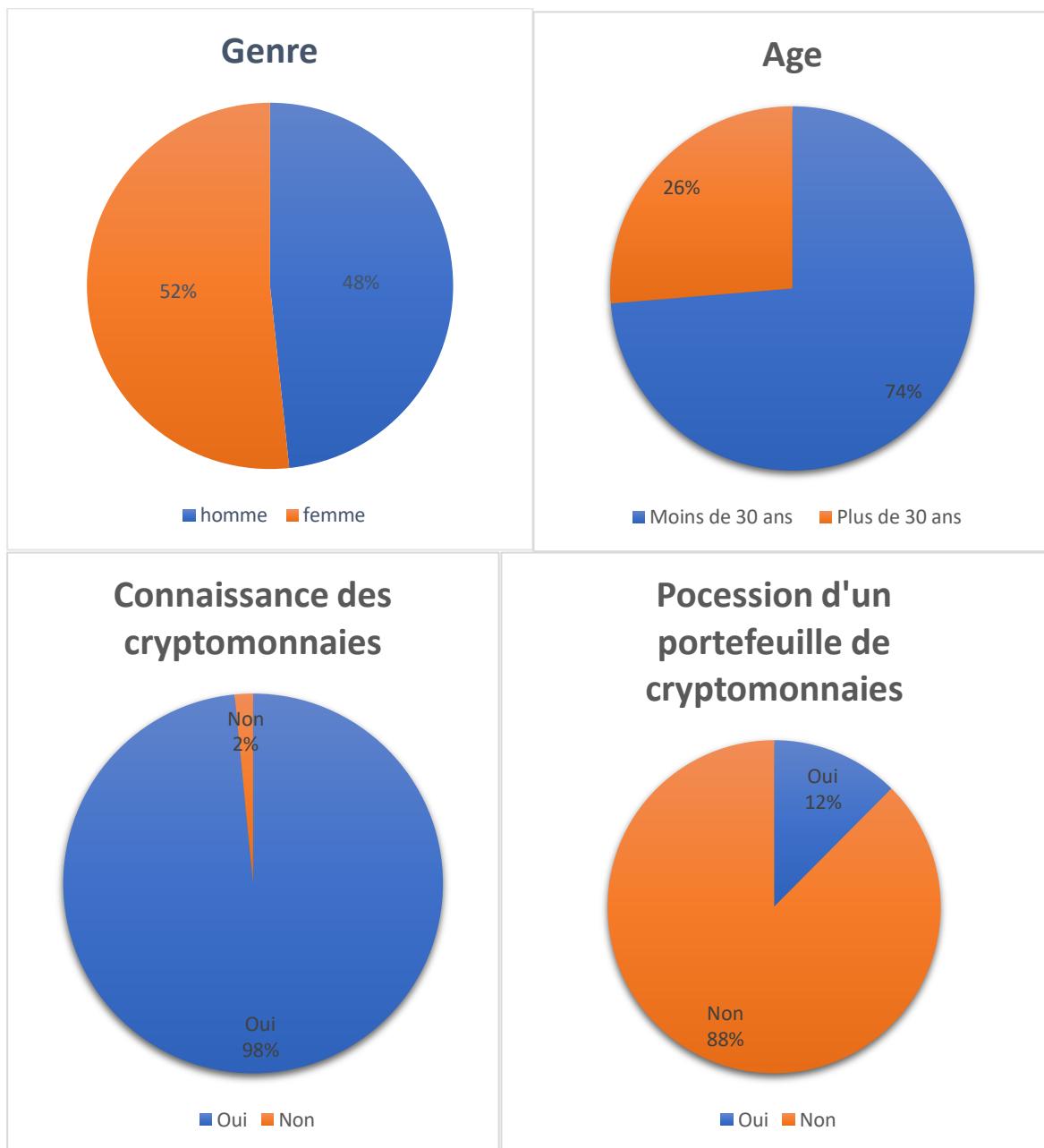
ZUÑIGA Rodrigo Andrés Crisóstomo, MORALES Juan Pablo Núñez et MORALES Nicolás
A. Núñez, 2024, « Las criptomonedas como catalizadores de la inclusión financiera
en América Latina », *The Anáhuac Journal*, 4 novembre 2024, vol. 24, n° 2, p. ág.
1-32.

Le régime fiscal des cryptomonnaies, <https://www.economie.gouv.fr/cedef/fiches-pratiques/le-regime-fiscal-des-cryptomonnaies>, consulté le 27 juin 2025.

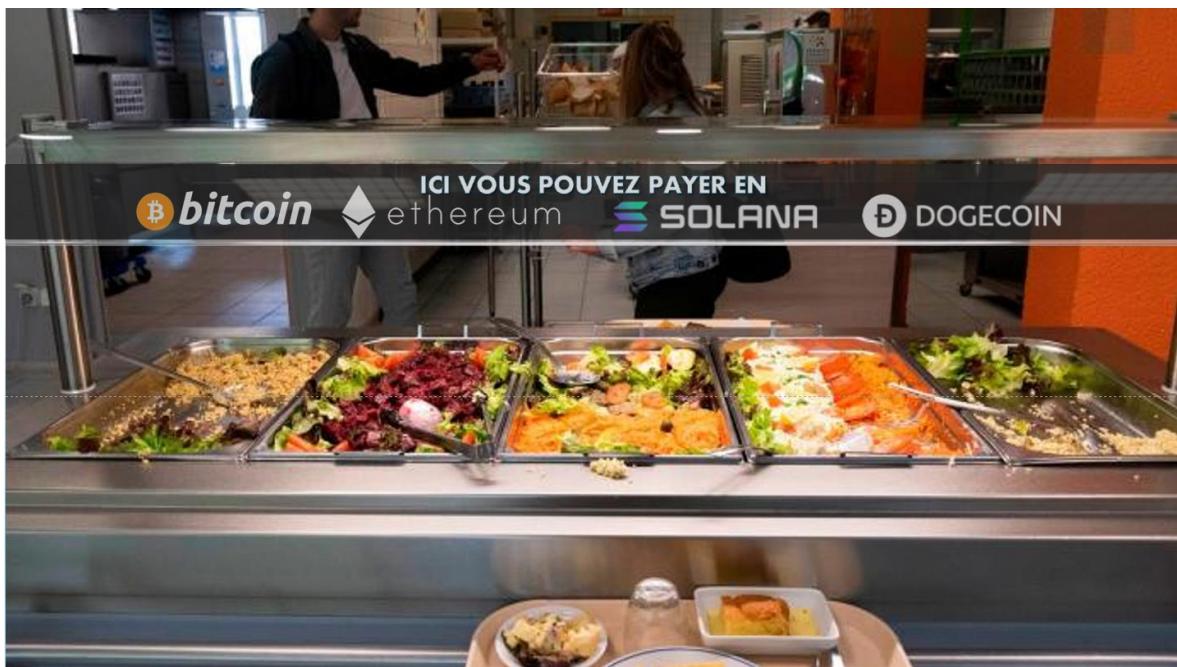
Table des annexes

<i>Annexe A : Modèle de recherche</i> _____	45
<i>Annexe B : Graphiques de réponses du questionnaire</i> _____	46
<i>Annexe C : Image stimuli</i> _____	47
<i>Annexe D : Extrait du code Python sur Google Collab</i> _____	48
<i>Annexe E : Alpha de Cronbach et KMO : exemple</i> _____	49
<i>Annexe F : Intention d'utilisation</i> _____	50
<i>Annexe G : Performance attendue</i> _____	51
<i>Annexe H : Effort attendu</i> _____	52
<i>Annexe I : Conditions facilitatrices</i> _____	53
<i>Annexe J : Influence sociale</i> _____	54
<i>Annexe K : Habitude</i> _____	55
<i>Annexe L : Motivation hédonique</i> _____	56
<i>Annexe M : Valeur prix</i> _____	57
<i>Annexe N : Innovation personnelle</i> _____	58
<i>Annexe O : Risque global</i> _____	59
<i>Annexe P : Régression</i> _____	60





Annexe C : Image stimuli



```
import numpy as np
import pandas as pd
import matplotlib.pyplot as plt
from sklearn.preprocessing import StandardScaler
from factor_analyzer import FactorAnalyzer
from factor_analyzer.factor_analyzer import calculate_kmo, calculate_bartlett_sphericity
from ipywidgets import interactive
import ipywidgets as widgets

# Fonction pour calculer l'alpha de Cronbach
def cronbach_alpha(df):
    if len(df.columns) > 1:
        k = df.shape[1]
        variances = df.var(axis=0, ddof=1)
        total_variance = df.sum(axis=1).var(ddof=1)
        return (k / (k - 1)) * (1 - (variances.sum() / total_variance))

    else:
        print("⚠ Pas assez de variables pour calculer l'alpha sans item.")

# Chargement des données (supposées déjà chargées dans data_original)
def select_columns(data):
    print("\nColonnes disponibles : ", list(data.columns))
    selected_columns = input("Entrez les noms des colonnes pour l'ACP (séparées par une virgule) : ").strip().split(',')
    selected_columns = [col.strip() for col in selected_columns]
    if not all(col in data.columns for col in selected_columns):
        print("Erreur : certaines colonnes n'existent pas. Réessayez.")
        return select_columns(data)
    return selected_columns

# Étape 1 : Sélection des colonnes pour l'ACP
selected_columns = select_columns(data_original)
df = data_original[selected_columns]

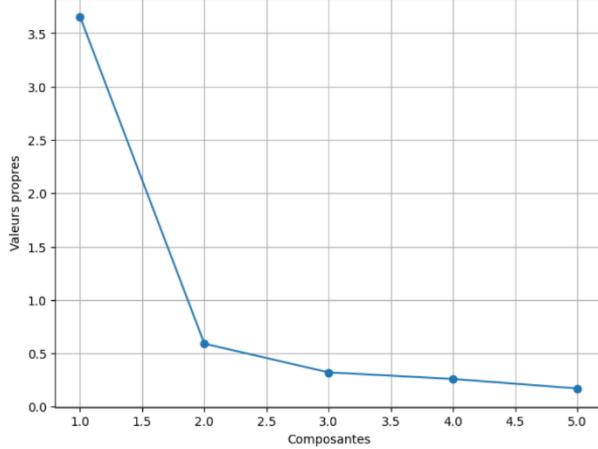
# Étape 2 : Normalisation des données
scaler = StandardScaler()
data_scaled = scaler.fit_transform(df)

# Étape 3 : Test KMO et Bartlett
```

Annexe E : Alpha de Cronbach et KMO : exemple

3	KMO	0.692646	-	-	-
4	α de l'échelle	0.833795	-	-	-

Annexe F : Intention d'utilisation

KMO global : 0.875
Test de Bartlett : Chi ² = 713.744, p = 0.000
Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 1
Communalités des variables:
Variable Initial Communalité
0 IU1 1.0 0.759
1 IU2 1.0 0.825
2 IU3 1.0 0.491
3 IU4 1.0 0.768
4 IU5 1.0 0.813
Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 1
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'force_all_finite' was renamed to 'ensure_all_finite' in 1.6 warnings.warn(/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'force_all_finite' was renamed to 'ensure_all_finite' in 1.6 warnings.warn(
Composante Valeurs propres Variance expliquée (%) Variance expliquée cumulée (%)
0 Composante 1 3.655 73.107 73.107
1 Composante 2 0.591 11.822 84.929
2 Composante 3 0.322 6.440 91.369
3 Composante 4 0.260 5.205 96.574
4 Composante 5 0.171 3.426 100.000
Graphique des valeurs propres (Scree Plot)

Entrez le nombre de composantes à retenir pour les scores factoriels : 1
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'force_all_finite' was renamed to 'ensure_all_finite' in 1.6 and will be removed in 1.7 warnings.warn(
0 IU1 0.871
IU2 0.908
IU3 0.701
IU4 0.876
IU5 0.902
Alpha sans item
IU1 0.880
IU2 0.869
IU3 0.922
IU4 0.878
IU5 0.871
Items Contributions factorielles α sans item Qualité Extraction Correl. Items
0 IU1 0.871230 - 0.759042 1.0
1 IU2 0.908154 - 0.824744 0.763
2 IU3 0.700607 - 0.490849 0.526
3 IU4 0.876273 - 0.767854 0.691
4 IU5 0.901593 - 0.812869 0.717
5 KMO 0.875274 - - -
6 α de l'échelle 0.905782 - - -
7 Valeur propre du facteur 3.655359 - - -
8 Variance expliquée 73.107000 - - -

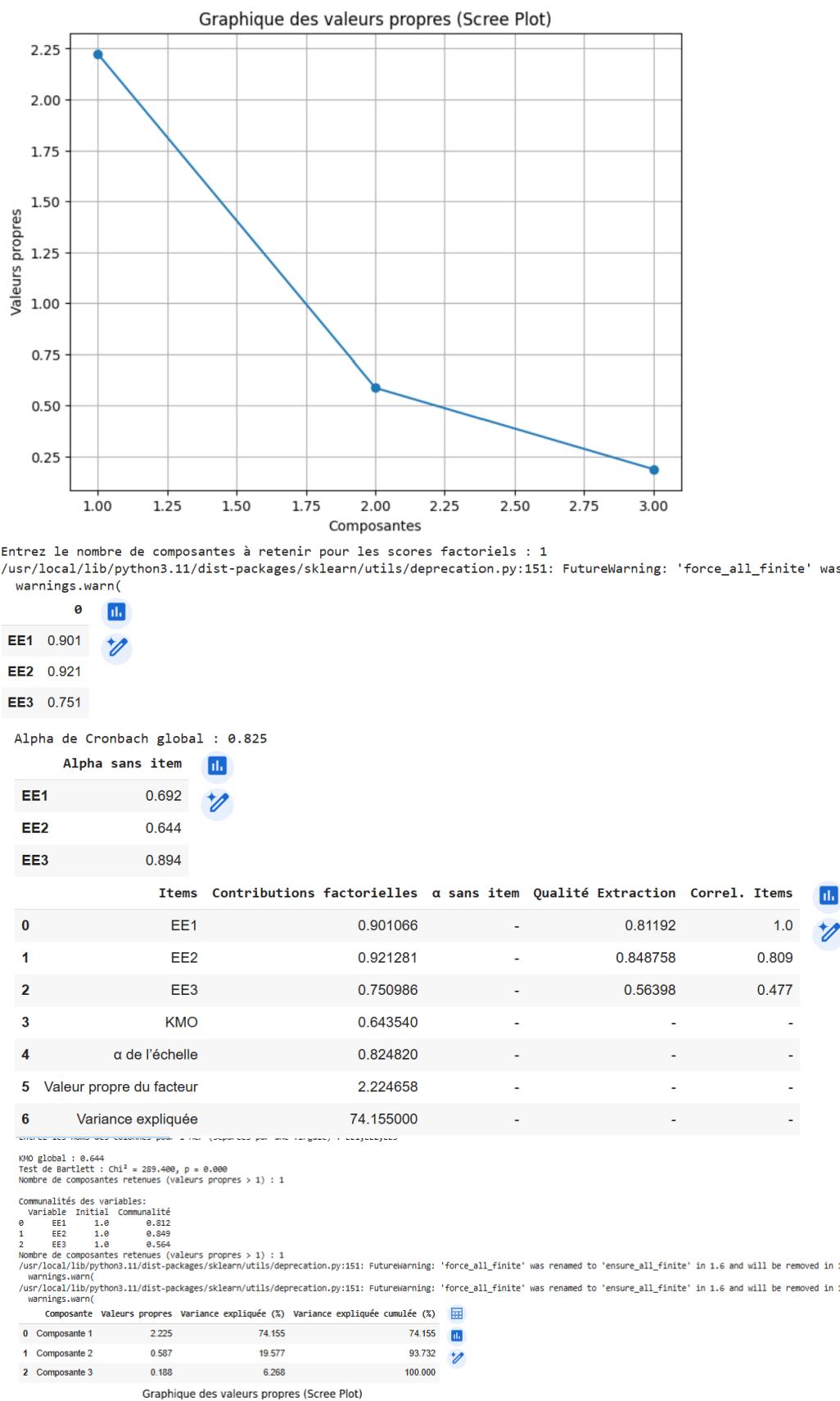
Annexe G : Performance attendue

KMO global : 0.747
Test de Bartlett : Chi ² = 346.230, p = 0.000
Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 1
Communalités des variables:
Variable Initial Communalité
0 PE1 1.0 0.677
1 PE2 1.0 0.622
2 PE3 1.0 0.682
3 PE4 1.0 0.703
Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 1
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'force_all_finite' was renamed to 'ensure_all_finite' in 1.6 and will be re
warnings.warn(
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'force_all_finite' was renamed to 'ensure_all_finite' in 1.6 and will be re
warnings.warn(
Composante Valeurs propres Variance expliquée (%) Variance expliquée cumulée (%)
0 Composante 1 2.684 67.110 67.110
1 Composante 2 0.674 16.854 83.964
2 Composante 3 0.330 8.257 92.221
3 Composante 4 0.311 7.779 100.000

Graphique des valeurs propres (Scree Plot)			
Valeurs propres			
2.5			
2.0			
1.5			
1.0			
0.5			
0.0			
1.0	1.0	1.5	2.0
1.5	1.5	2.0	2.5
2.0	2.0	2.5	3.0
2.5	2.5	3.0	3.5
3.0	3.0	3.5	4.0
3.5			
4.0			
Composantes			

Entrez le nombre de composantes à retenir pour les scores factoriels : 1
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'force_all_finite' was renamed to 'ensure_all_finite' in 1.6 and wi
warnings.warn(
0
PE1 0.823
PE2 0.789
PE3 0.826
PE4 0.838
Alpha de Cronbach global : 0.836
Alpha sans item
PE1 0.789
PE2 0.812
PE3 0.787
PE4 0.781
Items Contributions factorielles α sans item Qualité Extraction Correl. Items
0 PE1 0.823000 - 0.677329 1.0
1 PE2 0.788610 - 0.621906 0.464
2 PE3 0.826122 - 0.682477 0.688
3 PE4 0.838269 - 0.702695 0.54
4 KMO 0.746671 - - -
5 α de l'échelle 0.835715 - - -
6 Valeur propre du facteur 2.684407 - - -
7 Variance expliquée 67.110000 - - -

Annexe H : Effort attendu

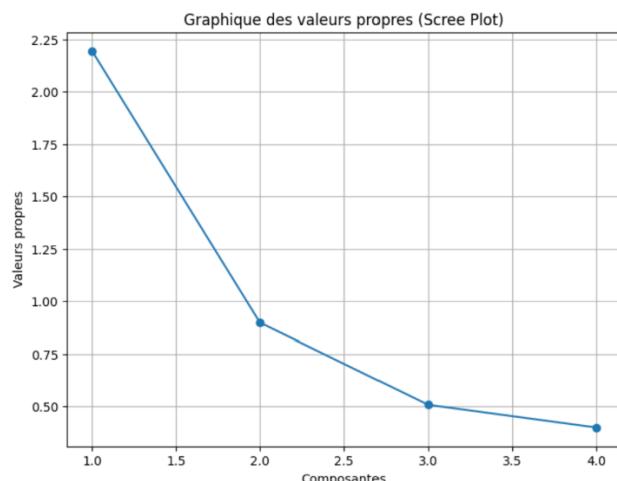


Annexe I : Conditions facilitatrices

```
KMO global : 0.657
Test de Bartlett : Chi2 = 188.581, p = 0.000
Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 1

Communalités des variables:
   Variable Initial   Communalité
0      FC1       1.0       0.533
1      FC2       1.0       0.520
2      FC3       1.0       0.576
3      FC4       1.0       0.565
Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 1
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'force_all_finite' was renamed
  warnings.warn(
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'force_all_finite' was renamed
  warnings.warn(
```

	Composante	Valeurs propres	Variance expliquée (%)	Variance expliquée cumulée (%)	
0	Composante 1	2.194	54.855	54.855	
1	Composante 2	0.898	22.458	77.313	
2	Composante 3	0.508	12.695	90.008	
3	Composante 4	0.400	9.992	100.000	



```
Entrez le nombre de composantes à retenir pour les scores factoriels : 1
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'force_all_finite' will be removed in a future version. Warn
```

warnings.warn	
FC1	0.730
FC2	0.721
FC3	0.759
FC4	0.752

Alpha de Cronbach global : 0.725

Alpha de Cronbach global :	
	Alpha sans item
FC1	0.670
FC2	0.677
FC3	0.653
FC4	0.657

	Items	Contributions factorielles	α sans item	Qualité	Extraction	Correl.	Items
0	FC1	0.730095	-	0.533039		1.0	
1	FC2	0.721384	-	0.520395		0.52	
2	FC3	0.758856	-	0.575863		0.31	
3	FC4	0.751609	-	0.564916		0.348	
4	KMO	0.656803	-	-	-	-	
5	α de l'échelle	0.725411	-	-	-	-	
6	Valeur propre du facteur	2.194213	-	-	-	-	
7	Variance expliquée	54.855000	-	-	-	-	

Annexe J : Influence sociale

```

KMO global : 0.748
Test de Bartlett : Chi2 = 178.492, p = 0.000
Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 1

Communalités des variables:
  Variable Initial Communalité
0   SI1      1.0      0.649
1   SI2      1.0      0.595
2   SI3      1.0      0.640
3   SI4      1.0      0.357
Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 1
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'force_all_finite' was renamed to
warnings.warn(
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'force_all_finite' was renamed to
warnings.warn(
  Composante Valeurs propres Variance expliquée (%) Variance expliquée cumulée (%)
0  Composante 1      2.241      56.022      56.022
1  Composante 2      0.776      19.394      75.417
2  Composante 3      0.499      12.482      87.898
3  Composante 4      0.484      12.102      100.000
  
```

Graphique des valeurs propres (Scree Plot)

Composante	Valeurs propres	Variance expliquée (%)	Variance expliquée cumulée (%)
0 Composante 1	2.241	56.022	56.022
1 Composante 2	0.776	19.394	75.417
2 Composante 3	0.499	12.482	87.898
3 Composante 4	0.484	12.102	100.000

Entrez le nombre de composantes à retenir pour les scores factoriels : 1

```

/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'force_all_finite' was ren
warnings.warn(
  e  m
SI1  0.806  m
SI2  0.772  m
SI3  0.800
SI4  0.597
Alpha de Cronbach global : 0.719
  Alpha sans item  m
SI1  0.615  m
SI2  0.645
SI3  0.620
SI4  0.752
  
```

Items	Contributions factorielles	α sans item	Qualité Extraction	Correl. Items
0	SI1	0.805516	-	0.648856 1.0
1	SI2	0.771606	-	0.595375 0.505
2	SI3	0.799965	-	0.639944 0.512
3	SI4	0.597257	-	0.356716 0.336
4	KMO	0.748366	-	- -
5	α de l'échelle	0.718931	-	- -
6	Valeur propre du facteur	2.240891	-	- -
7	Variance expliquée	56.022000	-	- -

Annexe K : Habitude

```
KMO global : 0.785
Test de Bartlett : Chi2 = 380.220, p = 0.000
Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 1

Communalités des variables:
  Variable Initial Communauté
  0   H1      1.0      0.642
  1   H2      1.0      0.526
  2   H3      1.0      0.698
  3   H4      1.0      0.533
  4   H5      1.0      0.582
Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 1
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'force_all_finite' was renamed to 'ensure_all_finite' in 1.6 and will be removed in 1.8.
warnings.warn(
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'force_all_finite' was renamed to 'ensure_all_finite' in 1.6 and will be removed in 1.8.
warnings.warn(
    Composante Valeurs propres Variance expliquée (%) Variance expliquée cumulée (%)
  0 Composante 1      2.981        59.613        59.613
  1 Composante 2      0.723       14.484       74.076
  2 Composante 3      0.548       10.956       85.032
  3 Composante 4      0.457       9.143       94.176
  4 Composante 5      0.291       5.824      100.000

Alpha de Cronbach global : 0.825
```

Alpha sans item

	Alpha sans item	Editer
H1	0.781	
H2	0.804	
H3	0.765	
H4	0.806	
H5	0.798	

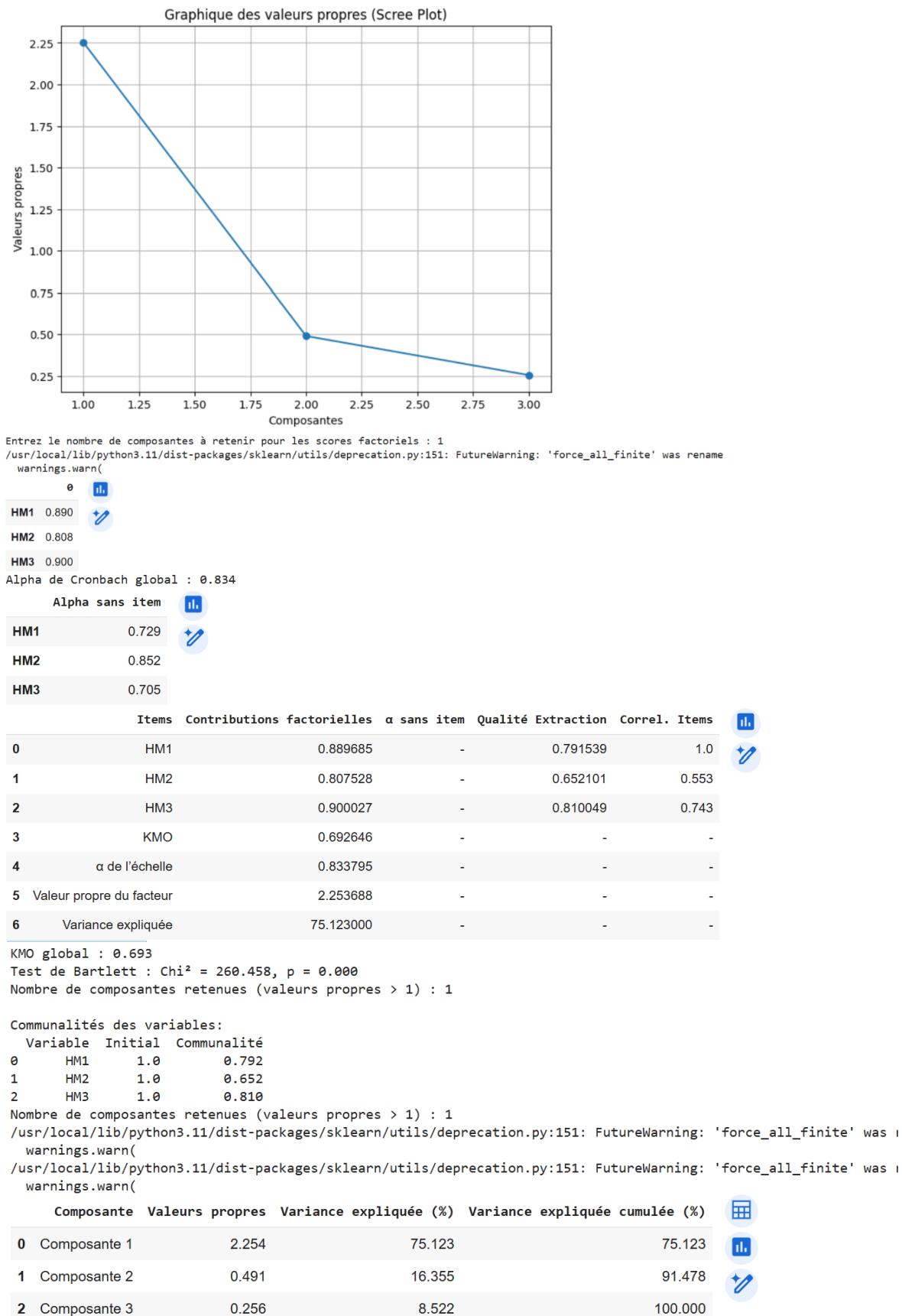
Graphique des valeurs propres (Scree Plot)

The Scree Plot displays the eigenvalues for each component. The Y-axis is labeled "Valeurs propres" and ranges from 0.5 to 3.0. The X-axis is labeled "Composantes" and ranges from 1.0 to 5.0. Five points are plotted, showing a clear downward trend:

Composante	Valeur propre
1.0	~3.0
2.0	~0.7
3.0	~0.55
4.0	~0.5
5.0	~0.4

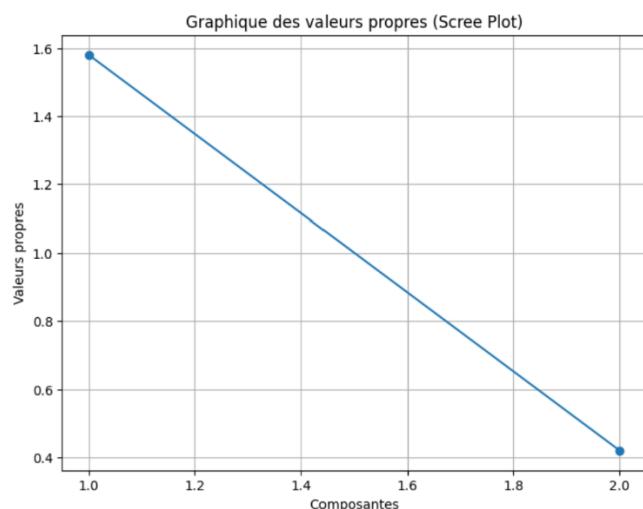
Items Contributions factorielles α sans item Qualité Extraction Correl. Items

	Items	Contributions factorielles	α sans item	Qualité Extraction	Correl. Items
0	H1	0.801309	-	0.642096	1.0
1	H2	0.724933	-	0.525528	0.499
2	H3	0.835297	-	0.697721	0.522
3	H4	0.730198	-	0.533189	0.457
4	H5	0.782961	-	0.58211	0.597
5	KMO	0.784050	-	-	-
6	α de l'échelle	0.825314	-	-	-
7	Valeur propre du facteur	2.980644	-	-	-
8	Variance expliquée	59.613000	-	-	-



Annexe M : Valeur prix

	Composante	Valeurs propres	Variance expliquée (%)	Variance expliquée cumulée (%)
0	Composante 1	1.58	79.005	79.005
1	Composante 2	0.42	20.995	100.000



Entrez le nombre de composantes à retenir pour les scores factoriels : 1
KMO global : 0.500
Test de Bartlett : Chi² = 84.714, p = 0.000
Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 1

Communalités des variables:

	Variable	Initial	Communalité
0	PV1	1.0	0.79
1	PV2	1.0	0.79

Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 1

Entrez le nom pour la composante 1 : Valeur Prix

	Valeur Prix	...
0	-0.708304	...
1	0.625144	
2	0.140061	
3	-0.769204	
4	-1.193387	
...	...	
204	-1.678469	
205	0.988427	
206	-0.708304	
207	-1.678469	
208	0.564244	

209 rows x 1 columns

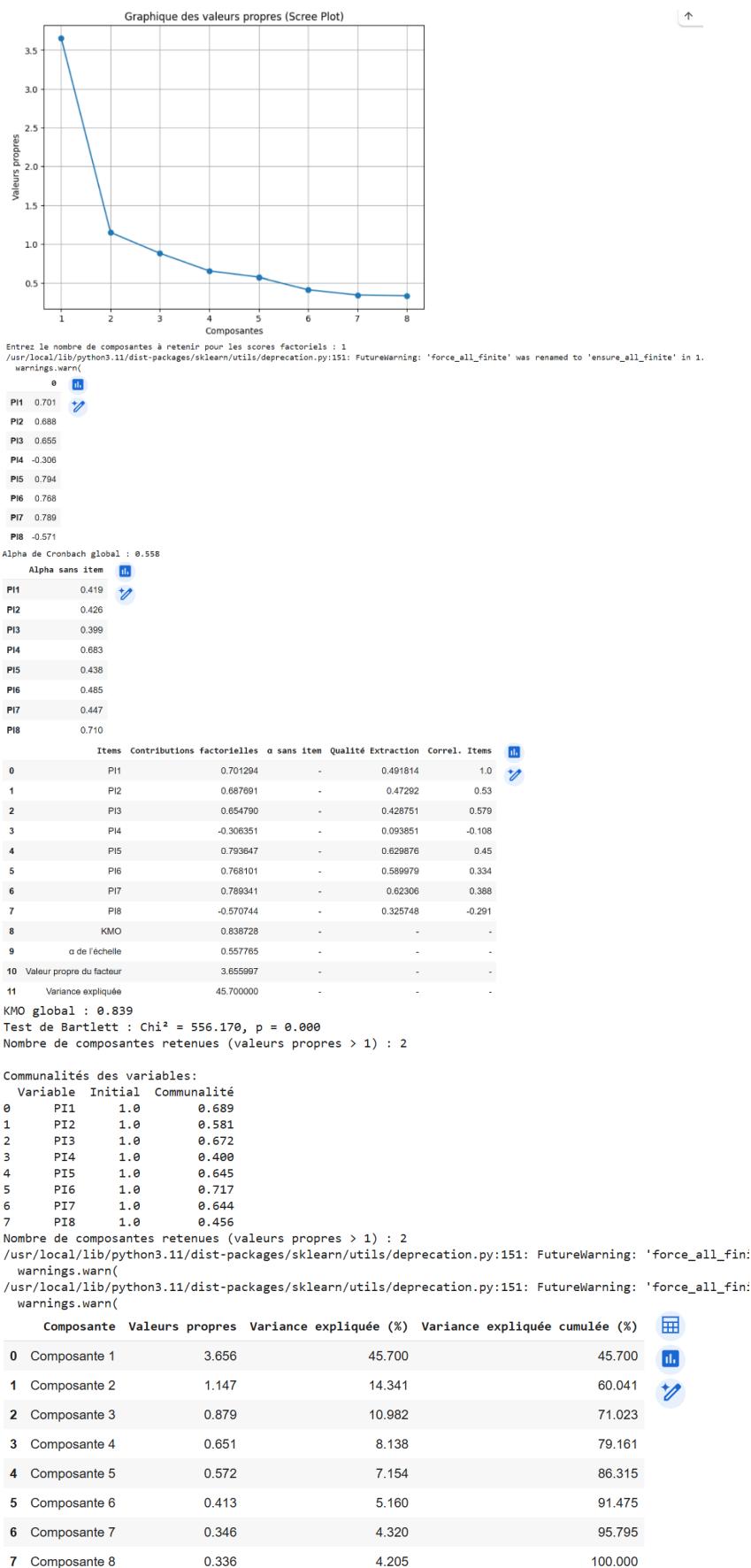
Alpha de Cronbach global : 0.730

⚠ Pas assez de variables pour calculer l'alpha sans item.
⚠ Pas assez de variables pour calculer l'alpha sans item.

	Alpha sans item	...
PV1	None	...
PV2	None	

	Items	Contributions factorielles	α sans item	Qualité Extraction	Correl. Items	...
0	PV1	0.888845	-	0.790046	1.0	...
1	PV2	0.888845	-	0.790046	0.58	
2	KMO	0.500000	-	-	-	
3	α de l'échelle	0.730086	-	-	-	
4	Valeur propre du facteur	1.580092	-	-	-	
5	Variance expliquée	79.005000	-	-	-	

Annexe N : Innovation personnelle



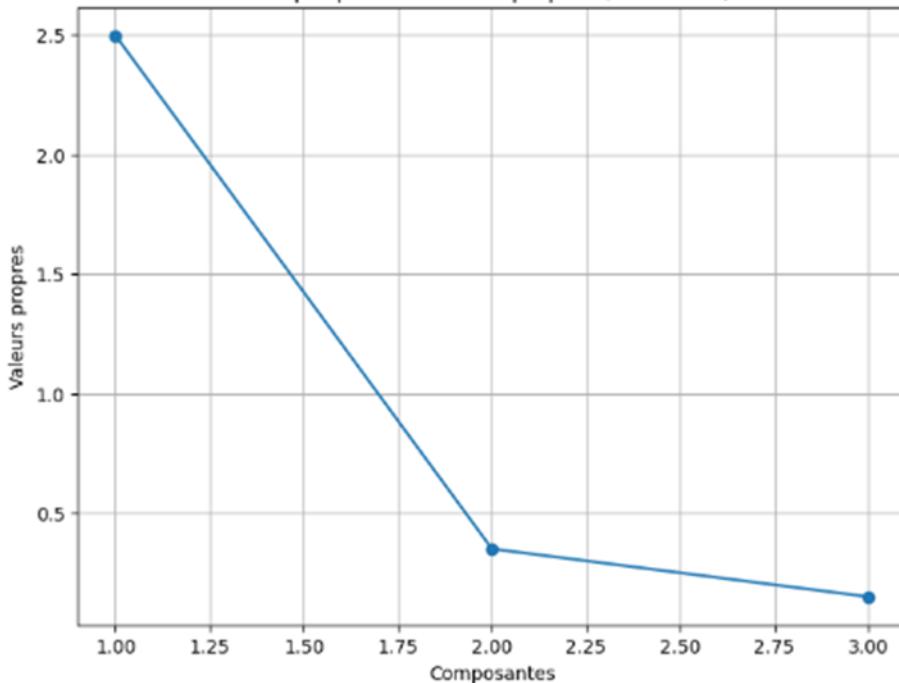
Annexe O : Risque global

```
KMO global : 0.728
Test de Bartlett : Chi2 = 416.529, p = 0.000
Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 1

Communalités des variables:
Variable Initial Communalité
0 GR1 1.0 0.863
1 GR2 1.0 0.879
2 GR3 1.0 0.756

Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 1
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'force_all_finite' was renamed to 'ensure_all_finite' in 1.6 and will be removed in 1.8.
warnings.warn(
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'force_all_finite' was renamed to 'ensure_all_finite' in 1.6 and will be removed in 1.8.
warnings.warn(
    Composante Valeurs propres Variance expliquée (%) Variance expliquée cumulée (%)
0 Composante 1 2.498 83.252
1 Composante 2 0.351 11.10
2 Composante 3 0.151 5.038
                                         100.000
```

Graphique des valeurs propres (Scree Plot)



Alpha de Cronbach global : 0.897

Alpha sans item
GR1 0.827
GR2 0.813
GR3 0.917

OLS Regression Results						
Dep. Variable:	INTENTIONUTILISER	R-squared (uncentered):	0.682	Adj. R-squared (uncentered):	0.667	
Model:	OLS	F-statistic:	47.60	Prob (F-statistic):	4.72e-45	
Method:	Least Squares	Log-Likelihood:	-176.93	AIC:	371.9	
Date:	Sun, 22 Jun 2025	BIC:	401.9	Df Residuals:	200	
Time:	19:20:32	Df Model:	9	Covariance Type:	nonrobust	
	coef	std err	t	P> t	[0.025	0.975]
PERFORMANCEATTENDUE	0.2960	0.070	4.214	0.000	0.157	0.435
EFFORTATTENDUE	-0.1500	0.063	-2.372	0.019	-0.275	-0.025
INFLUENCESOCIAL	0.2297	0.066	3.499	0.001	0.100	0.359
CONDITIONFACILITATRICE	-0.0572	0.076	-0.758	0.449	-0.206	0.092
MOTIVATIONHEDONIC	-0.0313	0.069	-0.456	0.649	-0.166	0.104
RISQUEGLOBAL	0.0484	0.050	0.963	0.337	-0.051	0.148
INNOVATIONPERSONNEL	0.0444	0.056	0.787	0.432	-0.067	0.156
VALEURPRIX	0.1787	0.065	2.742	0.007	0.050	0.307
HABITUDE	0.3809	0.068	5.599	0.000	0.247	0.515
Omnibus:	6.226	Durbin-Watson:	2.050			
Prob(Omnibus):	0.044	Jarque-Bera (JB):	6.060			
Skew:	0.338	Prob(JB):	0.0483			
Kurtosis:	3.488	Cond. No.	5.67			

Facteur d'inflation de la variance (VIF) :

	Variable	VIF	Actions
0	PERFORMANCEATTENDUE	3.101717	
1	EFFORTATTENDUE	2.511808	
2	INFLUENCESOCIAL	2.707742	
3	CONDITIONFACILITATRICE	3.581934	
4	MOTIVATIONHEDONIC	2.952015	
5	RISQUEGLOBAL	1.590338	
6	INNOVATIONPERSONNEL	2.000106	
7	VALEURPRIX	2.668689	
8	HABITUDE	2.908255	

Aucune multicolinéarité préoccupante détectée (VIF < 10).

Résultats du Test de normalité de Jarque-Bera :

- Statistique JB : 6.060
- p-value : 0.04831
- Asymétrie (Skewness) : 0.338
- Aplatissement (Kurtosis) : 3.488

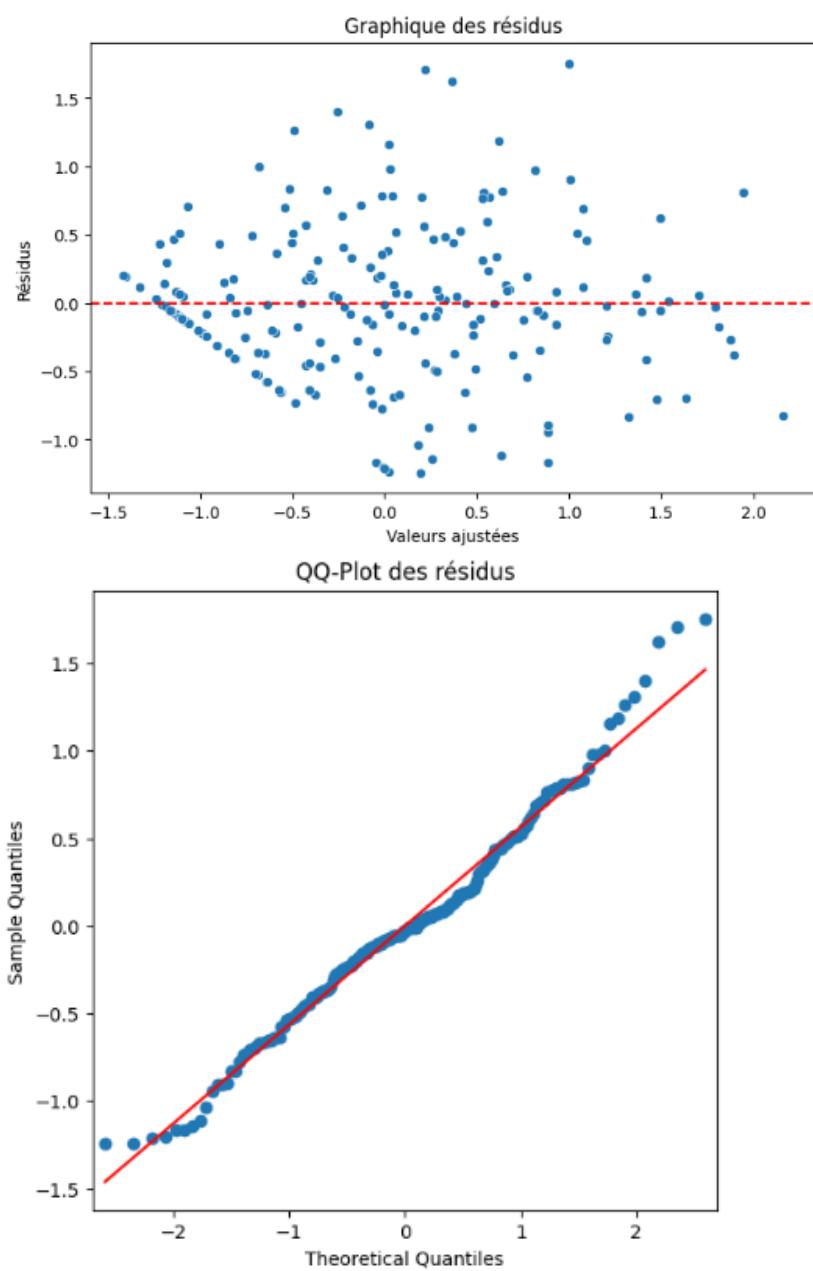


Table des sigles

UTAUT : User acceptance of information technology

TPB: Theory of Planned Behavior

MRC : Management de la Restauration Collective

ACP : Analyse en composante principale

Table des matières

<i>Remerciements</i>	5
<i>Sommaire</i>	6
<i>Introduction générale</i>	7
<i>Partie 1 : Présentation de l'entreprise</i>	9
Le groupe Elior	9
Mon restaurant d'alternance	10
<i>Partie 2 : Présentation des missions et activités</i>	13
Introduction	13
Mes différentes missions et activités	13
Les missions de tous les jours	13
Affichage et animations.....	14
Edition de contrat et demandes de devis	15
Budget annuel.....	16
Conclusion.....	17
<i>Partie 3 : Projet de recherche appliquée</i>	19
Introduction	19
Chapitre 1 - Revue de littérature.....	22
Les cryptomonnaies et la blockchain.....	22
L'intention d'utiliser	23
La théorie du comportement planifié.....	24
Les différentes théories UTAUT	25
Les différentes variables.....	26
Chapitre 2 - Hypothèses et modèle de recherche.....	29
Hypothèses	29
Modèle de recherche	31
Chapitre 3 - Méthodologie	32
Chapitre 4 - Résultats	34
Chapitre 5 - Discussions, apports, limites et voies de recherche	36
Apports théoriques.....	36
Apports méthodologiques	37
Apports managériaux	38
Limites et voies de recherches.....	39
Conclusion.....	40
<i>Partie 4 : Conclusion générale</i>	41
<i>Table des annexes</i>	44

<i>Table des sigles</i>	62
<i>Table des matières.....</i>	63
<i>Résumé</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>

Résumé

Ce mémoire étudie l'intention d'utiliser les cryptomonnaies pour payer un repas en restauration collective. Basée sur les modèles UTAUT 2, UTAUT 3 et la théorie du comportement planifié, l'étude repose sur une enquête quantitative menée auprès de 209 répondants. Les résultats montrent que la performance attendue, l'habitude et l'influence sociale favorisent cette intention, tandis que l'effort perçu la freine. Ce travail propose des recommandations concrètes pour intégrer ce mode de paiement, en ciblant notamment les jeunes utilisateurs et en simplifiant l'usage. Il ouvre également la voie à des recherches complémentaires sur ce sujet innovant.

Mots clefs : Cryptomonnaies – Restauration collective – Intention d'utiliser

Summary

This thesis explores the intention to use cryptocurrencies to pay for meals in collective catering settings. Based on the UTAUT 2, UTAUT 3 models and the Theory of Planned Behavior, the study is supported by a quantitative survey of 209 participants. Results show that performance expectancy, habit, and social influence positively affect intention, while perceived effort has a negative impact. The research offers practical recommendations for implementing this payment method, particularly by targeting younger users and simplifying usage. It also opens avenues for further research on this emerging topic.

Keywords : Cryptocurrencies - Mass catering - Intention to use