

UNIVERSITÉ TOULOUSE – JEAN JAURÈS

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

LICENCE 3 MANAGEMENT
EN RESTAURATION COLLECTIVE

DOSSIER DE FIN D'ANNÉE
LES CRYPTOMONNAIES EN RESTAURATION
COLLECTIVE

Présenté par :

Buteau Arthur

Année universitaire :
2024 – 2025

Sous la direction de :
Anne-Claire Yemsi-Pailissé

**QUELS-SONT LES DÉTERMINANTS DE
L'INTENTION DE PAYER EN CRYPTOMONNAIE
EN RESTAURATION COLLECTIVE ?**

L'ISTHIA et l'Université Toulouse – Jean Jaurès n'entendent donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tutorés de recherche. Ces opinions doivent être considérés comme propres à l'auteur.

Remerciements

Je remercie ma directrice de recherche Madame Anne-Claire Yemsi-Paillissé pour le soutien qu'elle m'a apporté tout au long de la rédaction de ce dossier de recherche appliquée.

Je tiens aussi à remercier, Monsieur Lies Boutrah, mon tuteur et directeur dans mon entreprise d'alternance pour son écoute et ses conseils tout au long de l'année.

Je remercie Monsieur Denis Bories pour les connaissances apportés sur le thème des cryptomonnaies et de la blockchain ainsi dans l'utilisation raisonnée d'IA dans réalisation les codes python pour les analyses des résultats.

Enfin je remercie Newrest, les équipes du RIE heliopole et l'encadrement pédagogique de l'Isthia.

Sommaire

INTRODUCTION GENERALE	1
PARTIE 1 : PRESENTATION DE L'ENTREPRISE	2
PARTIE 2 : DESCRIPTION DES MISSIONS ET ACTIVITES DE L'ALTERNANT	5
MISSION N° 1 : REALISATION DE MENUS (VOIR PAGE 39).....	5
MISSION N°2 : REALISATION D'UNE TRAME DE DEVIS POUR LES PRESTATIONS ANNEXES (VOIR PAGE 40)	6
MISSION N°3 : MISSION DE CHEF GERANT SUR UN AUTRE SITE.....	6
MISSION N°4 : CREATION DE PROCEDURES D'HYGIENES	7
MISSION N°5 : CREATION D'UNE FICHE DE RENSEIGNEMENT DES FOURNISSEURS (VOIR PAGE 41)	8
MISSION N°6 : CREATION DE FICHES DE POSTE (VOIR PAGE 42)	8
MISSION N°7 : PRISE DE COMMANDE DES MATIERES PREMIERES	8
MISSION N°8 : RECEPTIONS COMPTABLES DES MATIERES PREMIERES	9
MISSION N° 9 : FIN DE MOIS COMPTABLE.....	9
PARTIE 3 : PROJET DE RECHERCHE APPLIQUEE	11
INTRODUCTION	11
CHAPITRE 1 : REVUE DE LITTERATURE	13
CHAPITRE 2 : HYPOTHESES ET MODELE DE RECHERCHE	18
CHAPITRE 3 : METHODOLOGIE	21
CHAPITRE 4 : RESULTATS	23
CHAPITRE 5 : DISCUSSIONS, APPORTS THEORIQUES ET MANAGERIAUX, LIMITES ET PERSPECTIVES	25
1. DISCUSSIONS DE LA RECHERCHE.....	25
2. APPORTS THEORIQUES.....	26
3. APPORTS MANAGERIAUX.....	26
4. LIMITES DE LA RECHERCHE.....	29
5. PERSPECTIVES DE LA RECHERCHE	29
CONCLUSION	31
CONCLUSION GENERALE.....	32

BIBLIOGRAPHIE	34
TABLE DES ANNEXES.....	38
ANNEXES	39
ABSTRACT	55

Introduction générale

J'effectue mon alternance de Licence 3 Management de la restauration collective en alternance au restaurant interentreprise Héliopôle au siège de la Banque Populaire à Grammont.

Cette formation couvre des enseignements tel que la gestion, le management, le droit, et la sociologie tout en gardant un lien avec la partie professionnelle en faisant des interventions sous forme de séminaires, d'ateliers ou de conférences en collaboration avec des professionnels du secteur.

L'entreprise à pour rôle de nous faire travailler ses mêmes notions sur le terrain tout en nous inculquant des valeurs et en nous responsabilisant.

Le contrat d'alternance dure une année durant laquelle j'ai pu réaliser des missions comme des tâches opérationnelles, du suivi des réceptions de marchandises, de la prise de commande, de la tenue de caisse, de la création de procédure d'hygiène, etc.

Ce dossier est réalisé en trois grandes parties : la présentation de l'entreprise, la description des missions et activités réalisées en entreprises, et le projet de recherche appliquée.

La présentation de l'entreprise se monte en deux parties, une présentation du groupe Newrest et de toutes ses activités et la présentation du site du RIE heliopole (le site sur lequel j'ai effectué ma formation) et ses caractéristiques.

Les missions réalisées sont détaillées l'une après l'autre.

Le dossier de recherche se construit en cinq parties : la revue de littérature, la formulation des hypothèses, la méthodologie, les résultats et les discussion, apports, limites et perspectives.

Partie 1 : Présentation de l'entreprise

Newrest est un groupe créé en 1996 sous le nom de Catair par Olivier Sadran. Aujourd'hui, Newrest est présent dans plusieurs domaines de la restauration comme le catering aérien et ferroviaire, la restauration concédée, le Duty free, les bases de vies et les concessions de restauration. Actuellement un des leaders mondiaux dans le catering aérien, Newrest officie dans 54 pays à travers le monde pour un chiffre d'affaires de 2,5 milliards d'euros et emploie environ 45 000 collaborateurs (chiffres 2023/2024)¹.

À la suite de sa création, Catair intègre, en 2001, le groupe Eurest Inflight, Filiale du groupe Compass dans le catering aérien. En 2005, Catair devient Newrest et ouvre en 2006 son unité de catering aérien à l'aéroport Paris Charles de Gaulle. Newrest officie alors dans 14 pays et emploie 8 000 collaborateurs. A partir de ce moment, le catering aérien se développe en réalisant des partenariats avec un grand nombre de compagnie aériennes étendant son influence dans de plus en plus de pays. En 2024, Newrest crée sa « Digital Factory » à l'aéroport d'Orly.²

En France, Newrest développe ses activités dans les années 2010 en acquérant la société Wagon-lit. La société se lance alors dans la restauration ferroviaire. En 2013 et 2015, Newrest étend ses services dans le ferroviaire en étant présent dans le service à bord des TGV et des trains Intercités ainsi que dans les gares. En 2016, Newrest acquiert la société Apetito, arrivant ainsi dans la restauration concédée à Paris et dans le nord de la France. Newrest s'implante ensuite dans le Sud-Ouest, rachète la société Coralys en 2017 pour accéder aux territoires de Rhône-Alpes et Sud-Est de la France et, en 2018, Newrest acquiert la société Isidor et devient par la même occasion un acteur majeur de la restauration concédée en France.³

¹(Site Newrest, art. Qui sommes-nous ?)

² (Site Newrest, art. Son histoire)

³ (Site Newrest, art. Newrest en France)

Les activités de Newrest s'étendent autour de certaines valeurs comme celles autour de la Responsabilité sociale de l'entreprise. En effet, Newrest explique dans sa charte vouloir améliorer ses activités sur les préoccupations environnementales. L'entreprise souhaite réduire le gaspillage alimentaire grâce à des outils comme la précommande de matières premières ou de mesure du gaspillage avec un objectif de réduction du gaspillage s'élevant à 40 %. Ensuite, Newrest met aussi en place des actions de gestion des déchets, de promotion de pratiques d'achat durables auprès des clients et fournisseurs, de réduction du plastique, et des gaz à effet de serre.

Newrest s'active aussi sur des préoccupations sociales au travers d'engagements pris envers ses collaborateurs. Dans un premier temps, l'engagement est éthique : l'entreprise adhère au Pacte mondiale des nations unies qui a pour but de respecter les droits de l'homme au travail et par conséquent de garder des conditions de travail décentes et éviter la corruption. Le code de conduite Newrest a alors été créé afin de préserver un environnement de travail sain. Dans un deuxième temps, Newrest a une réelle volonté de développer les talents en interne en s'axant sur la formation avec plusieurs possibilités comme le graduate programme ou la création d'outils et de systèmes de formation innovants accessible par l'ensemble des collaborateurs. Ensuite, pour Newrest, la diversité est aussi un élément dans lequel la société est engagée en prônant l'égalité des chances pour l'ensemble des talents. La société réalise alors des partenariats avec des associations afin de renforcer l'inclusion dans ses équipes. Enfin, Newrest s'engage dans l'innovation managériale en mettant en place le mentorat, et en utilisant les nouvelles technologies pour faciliter ses interactions.⁴

Il s'agit d'une société en pleine expansion avec des pôts d'activité comme le catering aérien où il s'agit d'un leader mondial du marché. Cependant, la société est encore jeune dans sa branche restauration

⁴(Site Newrest, art. Charte RSE)

concédée où la société a encore des choses à apprendre même si elle s'affirme déjà comme un acteur important de ce secteur.

Le site sur lequel j'officie est le Restaurant interentreprise Heliopole : le restaurant du groupement de la Banque Populaire Occitanie dans lequel on va retrouver une vingtaine d'entreprises se situant dans la zone comme la société AXA, la BPCE, la SNCF et bien entendu la Banque Populaire. Certaines entités utilisent le restaurant hors regroupement comme France Travail. Le restaurant sert en moyenne 500 couverts par jours avec une fréquentation qui varie selon les jours et période. Dans ce restaurant, l'ambition est de réaliser une restauration de qualité en réalisant un maximum de préparations maison grâce à des produits frais et en respectant la saisonnalité. Il s'agit d'un restaurant Newrest de sa gamme Attitude. Le restaurant réalise aussi une prestation VIP avec une offre semi-gastronomique pour le midi servie dans des salons, une offre de buffet pour des occasions comme des séminaires ou des pots de départ ainsi qu'une possibilité de livrer des pauses dans les locaux des entreprises. L'équipe est constituée d'un directeur de site, d'un directeur d'exploitation (aussi chef du VIP), d'un assistant de direction, d'un maître d'hôtel, d'un chef de production, d'un second de cuisine, d'une chef hors d'œuvre, d'une pâtissière, et de trois employés de restauration. Les tâches de plonge et de nettoyage de la salle sont sous-traitées.

Partie 2 : Description des missions et activités de l'alternant

Mission n° 1 : Réalisation de menus (voir page 39)

La première mission est de réaliser les menus pour chaque semaine. Il est important de réaliser ces menus à l'avance dans le but de réaliser les commandes de marchandises et de les recevoir avant de commencer la production.

Il est important que le menu respecte l'offre conclue dans le contrat avec le client. Dans mon cas il s'agit de concocter chaque jour trois entrées froides (dont une avec protéine), une entrée chaude, trois garnitures (dont un féculent), un plat végétarien, deux grillades, un plats nommé « globetrotter » : une spécialité qu'elle soit Française ou du monde, un poisson et trois desserts dont une pâtisserie maison. De plus, il y a besoin de prévoir deux stands types « bar » (un sucré, un salé) dans lesquels les convives se servent tous seuls.

Plusieurs données s'ajoutent pour complexifier la réalisation de ses menus. Dans un premier temps, il faut réaliser une prestation en prenant en compte les capacités de production humaines et matériels du site : il faut donc avoir une vision globale du site afin de rendre la prestation réalisable sans impacter la productivité des salariés et leur causer une fatigue évitable. Il faut alors s'imaginer un ordonnancement des tâches en fonction du nombre de personnes disponible et de la capacité de production des locaux (nombre de fours, de sauteuses, capacité en chambre froide, ...). Dans un second temps, il y a l'esthétisme du self. En effet il est important d'avoir un self coloré afin d'attirer l'œil du client et de favoriser l'acte d'achat, la vaisselle est aussi un élément important : un plat va avec une assiette, alors il faut prendre en compte le fait d'utiliser un type de vaisselle pour un plat. Enfin nous pouvons ajouter une donnée comptable : il est important de réaliser une prestation durable économiquement pour respecter les prix fixés par le contrat sans vendre à perte.

Pour réaliser des menus efficacement, il faut donc avoir des compétences organisationnelles, une connaissance des compétences de son équipes, et des capacités des locaux. De plus, il faut bien entendu avoir des compétences culinaires pour gérer la saisonnalité et éviter que les menus soient répétitifs pour les convives (une tâche importante pour développer la créativité culinaire). La capacité à utiliser le tableur est nécessaire car c'est le support sur lequel les menus sont réalisés.

Les connaissances vues en marketing, analyse financières, management et en formation informatique m'ont aidées à réaliser cette tâche.

Mission n°2 : Réalisation d'une trame de devis pour les prestations annexes (voir page 40)

Les prestations annexes sont disponibles uniquement sur réservation via une réalisation de devis. Un devis type avait été réalisé à l'ouverture du site mais n'avait pas été actualisé depuis. Il y a eu donc eu un besoin de réactualiser les prix en fonction de l'inflation et d'autres paramètres comme les augmentations des prix de matière premières. De plus, j'ai pour ma part questionné le personnel du VIP afin de pouvoir rendre la trame plus facile à utiliser. Enfin, il m'avait été demandé de rendre le devis plus « corporate » donc de rapprocher le visuel de l'identité Newrest. Aujourd'hui cette trame est utilisée tous les jours par les collaborateurs pour réserver les prestations.

Les compétences de gestion des ressources humaines, d'analyse financières et de marketing m'ont permis de réaliser cette mission.

Mission n°3 : Mission de chef gérant sur un autre site

La mission est de remplacer le chef gérant d'un site de 200 couverts. Les tâches à réaliser étaient de présenter tous les midis, au poste chaud, une viande, un poisson, un légume et un féculent. Il fallait aussi superviser la production du poste hors d'œuvre (entrée et plat), garantir la qualité

sanitaire et la viabilité économique du site. Il s'agissait de ma première expérience en tant que chef gérant, une expérience où j'ai beaucoup appris et je me suis rendu compte que j'avais encore beaucoup à apprendre. En effet une mauvaise gestion de mon stresse a limité ma créativité ce qui a eu un impact sur la qualité de la prestation. Cette mission a demandé des compétences organisationnelles et de communication avec le personnel. Les cours de management et de gestion des ressources humaines ont eu un lien avec cette mission.

Mission n°4 : Création de procédures d'hygiènes

À la suite d'un audit d'hygiène en interne, certains points critiques ont été démontrés sur le site, ce qui m'a permis de créer de nouvelles procédures et de réaliser des documents d'enregistrement du nettoyage par zone de travail. La responsable QHSE a créé une trame de fiche d'enregistrement générale à modifier selon les spécificités du site. Mon travail a donc été d'adapter cette trame à heliopole et de réaliser un affichage explicatif sur la façon d'utiliser les produits d'entretien. Cette mission m'a permis mieux d'appréhender les difficultés que peuvent affronter un jeune site comme heliopole. Grâce à cette mise en place, les résultats du contre-audit d'hygiène se sont avérés beaucoup plus satisfaisants. Cependant, une réunion avec le personnel, pour présenter les nouveautés à appliquer aurait pu être une bonne conclusion à cette mission, ce qui aurait aussi pu impliquer davantage le personnel dans ce domaine très important. Cette mission a permis de faire le lien avec des connaissances de management de la qualité et aurait pu me faire travailler des compétences de communication interpersonnelles.

Mission n°5 : Création d'une fiche de renseignement des fournisseurs (Voir page 41)

Pour la prise de commande des matières premières, nous passons par un grand nombre de fournisseurs. Notre ancienne fiche de renseignement s'est avérée obsolète, il a alors fallu contacter les fournisseurs pour retrouver nos contacts privilégiés et référencer les nouveaux fournisseurs. Ensuite, j'ai réalisé un tableau récapitulatif afin de permettre à tout le monde de contacter efficacement les fournisseurs pour de la prise de commande, ou des réclamations. Cette mission a demandé des compétences organisationnelles et m'a permis de travailler sur ma timidité et ma capacité à me mettre en avant.

Mission n°6 : Création de fiches de poste (voir page 42)

Le recrutement est aussi une phase de la vie d'un site très importante. Les entretiens étaient jusque là réalisés sans support, ce qui peut provoquer des approximations dans le processus de recrutement et ce ne sera pas toujours les mêmes personnes que réaliseront le recrutement. Dans ce cadre, il m'a été demandé de réaliser une trame regroupant les tâches, et les compétences attendues à chaque poste du site. Cette mission a demandé des compétences d'informatique et de gestion des ressources humaines ainsi qu'une bonne connaissance des spécificités du site.

Mission n°7 : Prise de commande des matières premières

Après avoir réaliser le menu de la semaine, il faut commander les matières premières. Pour ce faire, il faut avoir une bonne connaissance des taux de prises des plats afin de connaitre la quantité de matière première à acheter et d'éviter le gaspillage. Ensuite, il faut aussi commander les matières premières dans les bons délais. Pour ce faire, la réalisation du référencement des fournisseurs a été nécessaire. Enfin il

faut aussi avoir une bonne connaissance des produits en termes de date limite de consommation, d'échantillonnage et de gamme pour des questions d'organisation de la production. Cette mission demande des compétences comptables, d'hygiène en lien avec le management de la qualité, des compétences organisationnelles et de communication car certaines commandes se passent par téléphone.

Mission n°8 : Réceptions comptables des matières premières

Après la prise de commande, vient le moment de la livraison. A ce moment-là, il faut réaliser un certain nombre de contrôle pour certifier que la livraison est conforme. Dans un premier temps, il faut faire des contrôles d'hygiène : il faut prendre la température du camion et de la commande en elle-même et vérifier la conformité du conditionnement. Dans un second temps, il faut vérifier la bonne quantité des produits et si les bons produits ont été livrés. Ensuite, il faut rentrer toutes les informations dans le logiciel de gestion Winrest et entrer le prix hors taxe de la livraison dans le fichier comptable du site. Si les contrôles révèlent une anomalie, une réclamation doit être créée dans le logiciel Winrest et envoyée au fournisseur afin de trouver une solution. Enfin la réception est envoyée au service de facturation Newrest. Cette mission est en lien avec les cours de management de la qualité car la réception des marchandises peut être un point critique. Elle demande aussi des compétences informatiques et de communication avec les fournisseurs.

Mission n° 9 : Fin de mois comptable

Ma première mission lors de cette fin de mois, et de vérifier l'ensemble des réceptions de marchandise du mois. Cette mission permet de réaliser un dernier contrôle pour pallier les potentielles erreurs de collaborateurs. Cette mission permet d'avoir une bonne idée du coût matière mensuel du site. Ma seconde mission est de réaliser l'inventaire du site. Cette mission

permet d'avoir une vision claire de notre stock à un instant T. Cette mission est réalisée en collaboration avec l'ensemble du personnel. Cela va demander des compétences organisationnelles car cette tâche est demandée en parallèle avec la production. Cette mission demande des compétences de communication interpersonnelle. Elle mobilise aussi des compétences travaillées en analyse financière et en contrôle de gestion.

Partie 3 : Projet de recherche appliquée

Introduction

La restauration collective est un secteur majeur en France car il nourrit chaque jour des millions de personnes que ce soit dans le secteur de la santé, du scolaire, de l'entreprise, du pénitentiaire et de l'aide à la personne. Ce secteur se distingue par sa mission sociale mais il est aussi soumis à des contraintes économiques, sanitaires et environnementales. (Charles, 1986)

Ce secteur est aussi vecteur d'innovation que ce soit dans le domaine sanitaire avec la lutte contre le gaspillage alimentaire, la réalisation de menus durable, la réduction des déchets et la sobriété énergétique. Dans le domaine social, l'industrie cherche à innover dans les domaines comme l'inclusion, l'éducation alimentaire (Berthoud et Iulio 2015) et l'insertion professionnelle. De plus, l'innovation technologique est aussi un élément important en restauration collective (Bertrand 2017) tant dans la digitalisation, la traçabilité, et les nouveaux moyens de paiements.

A la suite de ce constat, ce travail vise à se demander les motivations et les freins de payer en cryptomonnaies en restauration collective. Grâce à un travail de revue de littérature et de travaux de recherches nous avons donc cherché des facteurs d'intention de payer son repas en cryptomonnaies dans son restaurant d'entreprise, CROUS, etc.

Il est alors important de se demander, qu'est qu'une cryptomonnaie ?

Une cryptomonnaie est une monnaie numérique, décentralisée qui fonctionne grâce à la technologie blockchain. La cryptomonnaie la plus connues est le bitcoin créée en 2009 par Satoshi Nakamoto (Nakamoto, 2008). La blockchain est une banque de donnée partagée où chaque transaction est enregistrée dans un bloc qui est non modifiable et non effaçable (Antonopoulos, 2014). Les cryptomonnaies servent dans un

premier temps, de moyen de paiement mais aussi de réserve, et de finance décentralisée⁵.

Après lecture des modèles de l'UTAUT (1 ; 2 et 3) (Venkatesh et al., 2003), (Venkatesh, Thong et Xu, 2012), (Bhatnagr et Rajesh 2023), la problématique qui se dégage est la suivante : quels-sont les déterminants de l'intention de payer en cryptomonnaie en restauration collective ?

Ce travail à pour objectif de montrer les freins et les motivations d'utiliser cette nouvelle technologie.

Cette recherche s'articulera dans un premier temps, autour de la revue de littérature, se poursuivra avec la méthodologie de recherche, les résultats de cette recherche, les discussions et apports théoriques en terminant par les limites de cette recherche.

⁵ (« What Is Cryptocurrency and How Does It Work? »)

Chapitre 1 : Revue de littérature

Il est très important de mieux comprendre le concept des cryptomonnaies et tout ce qui en découle.

Une cryptomonnaie est une monnaie numérique immatérielle qui fonctionne grâce à la blockchain. La monnaie la plus connue est le bitcoin apparu en 2009 par l'entité Satoshi Nakamoto (Nakamoto, 2009), il s'agit de la première cryptomonnaie apparue. À la suite de ça d'autres cryptomonnaies sont apparues comme l'Ethereum, ou le Solana pour les plus connues (Kayal et Rohilla, 2021).

La Blockchain est une base de données partagée entre utilisateur. Chaque transaction est entrée dans un bloc qui constitue cette base de données, un bloc n'est pas effaçable ni modifiable (Conti et al., 2018).

Pour faire fonctionner la blockchain il y a deux fonctionnements différents. Le proof of work ou le minage : un mineur va vérifier les transactions et créer des nouveaux blocs. Pour cela, il faut un ordinateur puissant, des connaissances et de l'énergie qui sont donnés en échange de la cryptomonnaie de ladite blockchain. Le proof of stake : les plus grands détenteurs de la cryptomonnaie s'occupent du fonctionnement de la blockchain (Urquhart & Yarovaya, 2024).

Les cryptomonnaies servent de moyens de paiement pour les entreprises qui les acceptent, de réserve : les cryptomonnaies sont stockées pour prendre de la valeur, de collectionner des NFT : des images numériques uniques (Shahzad et al. 2024).

Les cryptomonnaies représentent des avantages comme la transparence ou la décentralisation (Wątorek et al., 2021) mais aussi des inconvénients comme la volatilité, des dérives dans l'utilisation et la consommation énergétique ⁶.

⁶ (« Risks and Returns of Cryptocurrency | The Review of Financial Studies | Oxford Academic »)

Ces technologies pourraient avoir un impact sur le fonctionnement du secteur de la restauration. Sur le plan économique, la blockchain permet aux entreprises de réaliser des transaction plus rapides et sécurisés, de lever des fonds (Catherine Mulligan & al, 2018). Sur le plan managérial, la blockchain permet une transparence dans la traçabilité par rapport au fait qu'un bloc dans la blockchain est immuable⁷.

La variable dépendante est l'intention d'utiliser. Nous tentons d'expliquer cette variable avec le modèle Utaut (Venkatesh et al., 2003) mais celle-ci provient, sous différentes formes, de la théorie du comportement planifiée (Ajzen, 1991), la théorie de l'action raisonnée (Fishbein, 1975) et du model TAM (Davis, 1989).

La théorie de l'action raisonnée (Fishbein, 1975) permet de « prévoir comment les individus vont se comporter en fonction de leurs attitudes préexistantes et de leurs intentions comportementales »⁸.

La théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991) est une amélioration de la théorie de l'action raisonnée. Elle explique « les comportements à partir de questions comme leur lien avec les attitudes, le sentiment d'auto-efficacité et les normes sociales »⁹. Les variables permettant d'expliquer un comportement nous amènent à comprendre l'intention de faire quelque chose. Toutefois, ce modèle ne permet pas de faire un lien entre l'intention et le passage à l'action.

Le modèle d'acceptation de la technologie (TAM) (Davis, 1989) et son extension (TAM2) (Venkatesh et Davis, 2000) permet de « *prédire la probabilité que les individus ou les organisations adoptent de nouveaux systèmes technologiques* »¹⁰. Ce modèle est en lien avec le sujet car il est appliqué aux nouvelles technologies. Cependant, ces modèles

⁷ Blockchain for Supply Chain - IBM Blockchain

⁸ (« Théorie de l'action raisonnée » 2025)

⁹ (« Théorie du comportement planifié » 2025)

¹⁰ Modèle d'acceptation des technologies (TAM) | EBSCO Research Starters

négligent certaines variables et ne sont pas assez concentrés sur l'humain.

Le modèle d'utilisation PC (Thompson, Higgins et Howell, 1991) explique « *comment les individu utilisent les technologie de l'information [...]* »¹¹ ce qui a un rapport réel avec le contexte. Ce modèle a des limites car il est difficilement comparable ou mesurable.

Les Modèles Utaut (Venkatesh et al., 2003) et ses extensions (Utaut 2) (Venkatesh, Thong et Xu, 2012), (Utaut 3) (Bhatnagr et Rajesh, 2023) permettent de mesurer l'intention d'utiliser les nouvelles technologies et font le lien avec l'utilisation des cryptomonnaies. Ces modèles font intervenir les idées de risque ou d'innovation qui sont importante dans ce sujet. Ces modèles ont des limites comme un manque de perception temporelle.

La Zimbardo time perspective inventory (Zimbardo et Boyd, 1999), explique que « *La perspective temporelle permet d'orienter les comportements et de construire l'identité* »¹² ce qui permet de d'ajouter une autre façon de comprendre l'intension d'utiliser les cryptomonnaies.

Le model Utaut dispose de quatre dimensions d'acceptation des technologies.

La première dimension est l'attente de performance. Cette dimension vient, dans un premier temps de la théorie TAM (Technology acceptance model) (Davis, 1989) qui est, dans ce cas appelé utilité perçue.

Ensuite nous retrouvons l'effort attendu, cette dimension vient aussi de la théorie TAM (*Ibid.*) où elle est appelée aisance d'utilité perçue.

L'influence sociale est une autre dimension qui vient de la théorie TRA (Theory of reasoned action) (Fishbein, 1975) puis dans la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991). Dans ces deux modèles, cette dimension s'articule sous le nom de normes subjectives. Ce modèle est

¹¹ (« La théorie unifiée de l'acceptation et de l'utilisation de la technologie. »)

¹² (Fritsch et Cuervo-Lombard 2022)

aussi utilisé dans le modèle de l'utilisation PC (Thompson, Higgins et Howell, 1991).

Enfin, nous avons les conditions facilitatrices qui est aussi dans la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991) sous le nom contrôle comportemental perçu : une croyance pour lesquels nous disposons des ressources pour réaliser un comportement. Nous la retrouvons aussi dans le model d'utilisation PC (Thompson, Higgins et Howell, 1991) et dans la théorie de la diffusion des innovations sous le nom de facilité d'utilisation.

Le model Utaut 2 (Venkatesh, Thong et Xu, 2012) est une extension du modèle précédent qui ajoutent trois autres dimensions.

Les dimensions ajoutées sont les motivations hédoniques viennent du TAM (Davis, 1989), plus précisément de son extension TAM2 (Venkatesh et Davis, 2000) sous le nom de plaisir perçu.

La valeur du prix qui est liés à notre perception du rapport entre le coût et le bénéfice de l'usage de la nouvelle technologie.

Enfin, nous retrouvons l'habitude provenant du model d'utilisation PC (Thompson, Higgins et Howell, 1991) comme facteur du comportement ayant un lien avec l'expérience passée.

Une adaptation au model Utaut 3 sur les nouveaux types de banque (Bhatnagr et Rajesh, 2023) nous permet d'aborder une nouvelle dimension l'innovativité personnelle qui provient d'un article la définissant dans le domaine de la technologie de l'information (Agarwal et Prasad, 1998).

Pour connaitre l'intention d'utiliser le cryptomonnaies, il est important de connaitre les dimensions liées aux risques. Les différentes dimensions du risques se trouve dans l'adaptation du model Utaut 3 expliqué récemment (Bhatnagr et Rajesh, 2023). Cette théorie propose cinq types de risques perçus (Baker, 2001). Le risque de vie privée perçu, le risque financier, le risque de performance perçu, le risque psychologique et le risque social.

Ces dimensions constituent la dimension du risque globale.

Chapitre 2 : Hypothèses et modèle de recherche

Les dimensions révélées dans la revue de littérature pour répondre à la problématique nous amènent à poser quelques hypothèses.

L'influence sociale venant du model Utaut (Venkatesh et al., 2003), de la théorie de l'action raisonnée (Fishbein, 1975) et de la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991), explique que « [...] *la mesure dans laquelle les consommateurs perçoivent que d'autres personnes importantes (par exemple, la famille et les amis.) pensent qu'ils devraient utiliser une technologie particulière.* ». On peut alors dire que, dans le contexte des cryptomonnaies, l'influence sociale a un impact sur l'intention de payer en cryptomonnaie. On peut donc présenter la première hypothèse comme :

H1 : L'influence social a un impact négatif sur l'intention de payer en cryptomonnaie.

L'innovativité personnelle présente dans l'adaptation de l'Utaut 3 aux nouvelles banques (Bhatnagr et Rajesh, 2023) est déterminée comme « *un trait de personnalité d'un utilisateur qui présente une appétence aux nouvelles technologies* ». Dans le contexte des cryptomonnaies, l'innovativité personnelle a un impact sur l'intention de payer en cryptomonnaie. On peut donc donner l'hypothèse suivante :

H2 : L'innovativité personnelle a un impact positif sur l'intention de payer en cryptomonnaie.

Le risque global perçu étudié dans l'utaut 3 (*Ibid.*) est expliqué comme « *la probabilité de perte ou de conséquences négatives à l'usage d'une technologie. Cela englobe les craintes liées à la sécurité, la vie privée, les coûts cachés, ou la fiabilité du système* ». Dans ce contexte, le risque de vie privée est un élément impactant sur l'intention de payer en cryptomonnaie. La troisième hypothèse est la suivante :

H3 : Le risque global a un impact négatif sur l'intention de payer en cryptomonnaie.

La performance attendue ressorti dans l'utaut (Venkatesh et al., 2003) et dans le TAM (Davis, 1989) est définie comme « *la mesure dans laquelle l'utilisation d'une technologie apportera des avantages aux consommateurs dans l'accomplissement de certaines activités* ». On peut alors dire que la performance attendue a un impact sur l'intention d'utilisé. L'hypothèse est la suivante :

H4 : La performance attendue a un impact positif sur l'intention de payer en cryptomonnaie.

L'effort attendu est défini dans le model Utaut (Venkatesh et al., 2003) comme « *le degré de facilité associé à l'utilisation de la technologie par les consommateur* ». L'impact de l'effort attendue sur l'intention d'utiliser peut donc être étudié. La cinquième hypothèse est donc la suivante :

H5 : L'effort attendu a un impact positif sur l'intention de payer son repas en cryptomonnaie.

Le conditions facilitatrices sont considérées dans l'utaut (*Ibid.*) comme « *la perception qu'ont les consommateurs des ressources et du soutien dont ils disposent pour adopter un comportement* ». Nous pouvons alors dire que les conditions facilitatrices ont un impacte sur l'intention de payer en cryptomonnaie. L'hypothèse est donc la suivante :

H6 : Les conditions facilitatrices ont un impact positif sur l'intention de payer son repas en cryptomonnaie.

La motivation hédonique (Venkatesh, Thong et Xu, 2012) est déterminée comme « *La joie ou le plaisir procuré par l'utilisation d'une technologie* ». La motivation hédonique peut alors être jugée comme impactante sur l'intention d'utiliser une nouvelle technologie. L'hypothèse est donc la suivante :

H7 : La motivation hédonique a un impacte négatif sur l'intention de payer son repas en cryptomonnaie.

L'habitude (Venkatesh et al., 2003), (Thompson, Higgins et Howell, 1991) est défini comme « *la mesure dans laquelle les individus ont tendance à*

adopter des comportements automatiques en raison de l'apprentissage ».

L'hypothèse est donc :

H8 : L'habitude à impact négatif sur l'intention de payer un repas en cryptomonnaie.

Chapitre 3 : Méthodologie

Nous avons réalisé une étude quantitative sous la forme d'un questionnaire google form. Ce questionnaire a été réalisé grâce aux variables de l'utaut (Venkatesh et al., 2003), l'utaut 2 (Venkatesh, Thong et Xu, 2012), de la version adaptée de l'utaut 3 aux nouvelles banques (Bhatnagr et Rajesh 2023) et de la Zimbardo time perspective inventory (Zimbardo et Boyd, 1999).

Les questions ont été réalisés sous la forme de l'échelle de Likert : « *un outil psychométrique permettant de mesurer une attitude chez des individus* »¹³. L'échelle est basée sur 5 niveaux d'accord (allant de « *pas du tout d'accord* » à « *tout à fait d'accord* ») par rapport à une affirmation. L'échelle de Likert a été utilisée pour réaliser des recherches en psychologie, en sociologie ou encore en marketing.

Nous avons aussi réalisé une image stimuli représentant le contexte du questionnaire afin de permettre au répondant de mieux comprendre le but de cette enquête.

Ensuite, nous avons fait passer ce questionnaire à un échantillon d'actifs domiciliés en France. Une grande partie des répondants sont des étudiants après bac, il y a aussi des employés, cadres et retraités.

L'analyse en composante principale (ACP) « *consiste à transformer des variables liées entre elles (dites « corrélées » en statistique) en nouvelles variables décorrélées les unes des autres.* »¹⁴. Nous avons posé plusieurs questions pour chaque variable explicative afin d'assurer la fiabilité des réponses. L'ACP a été utilisé dans des théories comme les modèles Utaut (Venkatesh et al., 2003) (Venkatesh, Thong et Xu, 2012) (Bhatnagr et Rajesh, 2023).

¹³ (« Échelle de Likert » 2024)

¹⁴ (« Analyse en composantes principales » 2025)

Nous avons utilisé la méthode du coefficient de l'alpha de Cronbach afin de mesurer la fiabilité des réponses par des données statistiques¹⁵.

Ensuite, nous avons utilisé l'indice KMO qui permet de mesurer « *l'adéquation de l'échantillonnage pour chaque variable du modèle et du modèle complet. Cette statistique mesure la proportion de variance parmi les variables potentiellement communes. Plus la proportion est élevée, plus la valeur KMO est élevée, et plus les données sont adaptées à l'analyse factorielle (ACP).*16 Cet indice a été utilisé pour la théorie du comportement planifié.

Enfin nous avons utilisé la régression linéaire multiple pour valider ou non les hypothèses. La régression linéaire « *cherche à établir une relation linéaire entre une variable, dite expliquée, et une ou plusieurs variables, dites explicatives* ».¹⁷ La régression multiple « *est une méthode de régression mathématique étendant la régression linéaire simple pour décrire les variations d'une variable endogène associée aux variations de plusieurs variables exogènes* ».¹⁸

¹⁵ (« Coefficient alpha de Cronbach » 2025)

¹⁶ (« Kaiser-Meyer-Olkin test » 2025)

¹⁷ (« Régression linéaire » 2025)

¹⁸ (« Régression linéaire multiple » 2024)

Chapitre 4 : Résultats

Tableau 1 : Résultats de la régression multiple

Variables	Coefficients non standardisés		Coefficient standardisé Béta	t	Sig.	VIF
	B	Erreur Standard				
Performance attendue	0,347	0,072	0,41	4,836	0,000	1,45
Effort attendu	-0,175	0,067	-0,19	-2,623	0,009	1,60
Conditions facilitatrices	-0,048	0,078	-0,05	-0,607	0,544	1,30
Influence sociale	0,263	0,067	0,33	3,930	0,000	1,28
Habitudes	0,099	0,024	0,39	4,211	0,000	1,35
Motivation hédonique	-0,052	0,071	-0,06	-0,733	0,464	1,42
Valeur Prix	0,193	0,068	0,29	0,687	0,005	1,31
Innovativité personnelle	0,041	0,060	0,07	2,848	0,493	1,26
Risque global	0,046	0,053	0,08	0,877	0,382	1,37

Ce tableau représente la régression multiple réalisée pour cette recherche. Cette régression démontre un coefficient de détermination R^2 de 0,530 ce qui veut dire que 53 % de la variation de la variable dépendante intention d'utiliser est expliquée par les variables indépendantes montrées dans le tableau ci-dessus (voir page 52). Lorsqu'on utilise le coefficient R^2 ajusté, l'explication de cette variation descend à 50,2 %.

Pour ce qui est de la régression, la performance attendue (voir page 43) présente un effet positif sur l'intention d'utiliser comme l'indique le coefficient non standardisé de 0,347. L'effort attendu (voir page 44), présente un effet négatif sur la variable dépendante (-0,175) tout comme les conditions facilitatrices (-0,048) (Voir page 46), ainsi que la motivation hédonique (-0,052) (voir page 47). L'influence sociale (0,263) (voir page 45), les habitudes (0,099), la valeur prix (0,193) (Voir page 48), l'innovativité personnelle (0,041) (voir page 49), et le risque global (0,046) (voir page 50) présentent un impact positif sur l'intention d'utiliser. Il faut préciser que les questions menant à la dimension du risque globale est négative. Ce qui veut finalement dire que la dimension risque global à un impact négatif sur l'intention d'utiliser.

L'ensemble des facteurs d'inflation de la variable (VIF) se situent entre 1,26 et 1,60 ce qui signifie qu'il n'y a aucune multicolinéarité et que le modèle n'a pas besoin d'être révisé.

Pour que l'impact des dimensions soit significatif pour la recherche, il faut que la p-value (sig. dans le tableau) soit inférieur à 0,05. Si nous suivons cette logique, la performance attendu (0,000), l'effort attendu (0,009), les habitudes (0,000), l'influence sociale (0,000) et la valeur prix (0,005) sont significatifs pour cette recherche.

Chapitre 5 : Discussions, Apports théoriques et managériaux, Limites et Perspectives

1. Discussions de la recherche

L'hypothèse de la performance attendue est validée. En effet, comme dans l'Utaut (Venkatesh et al., 2003), plus les répondants juge la technologie comme utile, plus l'intention d'utiliser est forte.

La dimension de l'effort attendue est aussi confirmée : les répondants sentent une difficulté dans l'utilisation ce qui a un impact négatif sur l'intention d'utiliser.

Les conditions facilitatrices sont quant à elles invalidées car elles ne sont pas significatives. Il se peut que la perception de cette dimension soit homogène chez les répondants.

L'influence sociale est une dimension confirmée par cette recherche. Les répondants perçoivent l'influence de façon positive ce qui signifie que l'entourage de ces individus exercent une influence sur l'intention d'utiliser.

Les habitudes représentent une hypothèse validée : comme dans l'Utaut 2 (Venkatesh, Thong et Xu, 2012), les répondants qui perçoivent une familiarité avec la technologie sont plus enclin à l'utiliser.

La motivation hédonique est une hypothèse infirmée. En effet, il se peut que la notion de plaisir ou d'amusement ne soit pas réellement liée à l'utilisation d'une nouvelle technologie.

La recherche valide l'hypothèse de la dimension « valeur prix ». Les répondants considèrent que le prix d'une technologie a un lien avec les avantages qu'elle peut apporter et par conséquent l'intention de l'utiliser.

L'innovativité personnelle est une hypothèse confirmée : ce qui veut dire que les répondants estiment que leur sensibilité aux innovations a une influence sur leur intention d'utiliser une nouvelle technologie.

Cependant, cette hypothèse n'est que très faiblement significative (p-value = 0,049). L'ensemble de l'échantillon n'est pas réellement sensible à l'innovation.

Le risque global n'est pas une dimension validée par cette recherche. En effet, un manque de connaissance de la technologie entraîne une faible connaissance du risque lié à celle-ci.

2. Apports théoriques

Cette recherche permet certaines avancées. Comme expliqué auparavant, certaines dimensions de la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991) ou des modèles Utaut (Venkatesh et al., 2003), (Venkatesh, Thong et Xu, 2012), (Bhatnagar et Rajesh, 2023) sont aussi confirmées dans le contexte des cryptomonnaies. Ici, la performance attendue, l'effort attendu, l'influence sociale, les habitudes, la valeur prix et l'innovation personnelle sont des dimensions validées par les répondants sur l'intention de payer en cryptomonnaie en restauration collective.

Cependant, certaines dimensions comme les conditions facilitatrices, la motivation hédonique, et le risque global sont invalidées par les réponses des répondants. L'innovativité personnelle est confirmée par cette recherche mais avec une très faible significativité qui peut être expliquée par une notion qui peut être considérée comme vague par les jeunes.

Certaines variables pourraient être ajoutées pour expliquer l'intention ou non de payer en cryptomonnaie en restauration collective. En effet, une variable comme les connaissances technologiques aurait pu expliquer l'intention d'utiliser.

3. Apports managériaux

La performance attendue influence positivement l'intention d'utiliser. Dans ce contexte, une SRC doit faire en sorte de montrer les avantages que procurent le paiement en cryptomonnaie. Pour ce faire, les dirigeants pourraient créer une campagne de communication auprès de ses clients démontrant le gain de temps et la simplification du mode de paiement car il ne nécessite pas l'action d'une banque et l'avantage sécuritaire de leur utilisation. Cette communication devrait se faire par le digital, comme un réseau social de professionnel (LinkedIn) ou de l'e-mailing, qui est le meilleur moyen de parler de nouvelles technologies.

L'influence sociale influence elle aussi positivement l'intention de payer en cryptomonnaie en restauration collective. Les sociétés de restauration collective devraient faire du lobbying pour que l'image des cryptomonnaies soit mieux considérée. Si cette manœuvre donne des résultats positifs, les personnes influençant l'individus devraient valoriser les cryptomonnaies ce qui influencerait positivement l'intention de payer en cryptomonnaie en restauration collective.

Les habitudes influencent positivement l'intention d'utiliser. Les jeunes sont les plus habitués à utiliser les nouvelles technologies. Les sociétés de restauration collectives pourraient réaliser une communication ciblée dans laquelle le paiement en cryptomonnaies serait une suite logique aux nouveaux outils de paiement comme le sans contact ou le paiement par téléphone. Des publicités visées grâce à des outils comme Google ou l'utilisation des réseaux sociaux comme X ou Instagram seraient les plus pertinentes.

La dimension valeur/prix influence elle aussi positivement l'utilisation des cryptomonnaies. Lancer une campagne de réduction si le convive paie en cryptomonnaie lors de la mise en place de ce mode de paiement dans les restaurants peut être une idée. Créer une politique d'avantages fidélité basée sur l'utilisation répétée de ce moyen de paiement peut en être une autre. Enfin, les gestionnaires peuvent animer des ateliers pour les

convives sur l'utilisation des cryptomonnaies montrant que ce type de paiement n'entraîne pas de frais supplémentaires.

L'innovativité personnelle est la dernière dimension influençant positivement l'intention d'utiliser les cryptomonnaies. Il faut donc cibler les éléments les plus sensibles à l'innovation. Pour ce faire, les dirigeants des sites peuvent, lors d'un questionnaire de satisfaction, donner une ou plusieurs questions visant à mieux connaître les convives et, par extension, donner une question sur les nouvelles technologies. A partir de cela, les dirigeants peuvent proposer, aux individus ayant montré le plus de sensibilité aux nouvelles technologies, des tests gratuits ou des démonstrations dans le but de satisfaire leur curiosité.

Enfin, la dimension de l'effort attendu influence, quant à elle, négativement l'intention de payer en cryptomonnaie dans un restaurant collectif. Les SRC vont devoir repenser la façon de payer pour accueillir ce nouveau moyen de paiement. Il va falloir concevoir une application ludique et facile à utiliser et la promouvoir, mettre à disposition dans les restaurants ou dans les entreprises clientes des bornes intuitives afin de recharger son compte ou son badge en cryptomonnaie. De plus, il faudra apporter un accompagnement efficace pour les convives avec par exemple des supports de vidéo sous forme de tutoriels, et du personnel formé à expliquer toutes les caractéristiques et les techniques afin de permettre une utilisation facile de ce nouveau moyen de paiement.

Pour mener cette innovation à bien il va aussi falloir attendre des avancées dans la législation pour que les SRC puissent se protéger. Ce changement apportera des coûts car il faudra former efficacement le personnel et mettre les sites et toutes les parties support sous système de blockchain. De plus, il faudra assurer un suivi rapproché à long terme être très attentif aux retours pour être à la fois à l'écoute des consommateurs et à l'écoute du personnel et être réactifs apporter les actions correctives nécessaires. Toutes ses actions viseront à mettre en confiance l'utilisateur vis-à-vis de cette nouvelle technologie.

4. Limites de la recherche

Pour les limites méthodologiques, il semblerait qu'il n'y ait pas de contraintes liées à la taille de l'échantillon sachant que nous avons pu récolter environ 250 répondants. L'échantillon est constitué essentiellement de jeunes ce qui pourrait avoir une incidence sur les résultats sachant que cette partie de la population peut être plus enclin à l'utilisation de nouvelles technologies.

Pour les limites contextuelles, l'objet de la recherche était réalisé sur le seul secteur de la restauration collective. Cela a pu limiter le nombre de répondant ou la pertinence des réponses données. Une recherche sur le domaine de la restauration ou encore de la vente aurait pu permettre des résultats plus concrets.

Pour ce qui est des limites théoriques, il est déjà important de rappeler que nous n'avons pas pu utiliser de théories sur les cryptomonnaies, nous avons utilisé des modèles sur des thèmes se rapprochant sur les nouvelles technologies et les banques en ligne. Le fait que la variable du risque ne soit pas prise en compte à un certain impacte sur l'analyse. En effet, il se peut que les individus percevant un risque dans l'utilisation des cryptomonnaies ne seraient pas enclin à les utiliser. L'absence de significativité dans la dimension des conditions facilitatrices est aussi dommageable. La connaissance technologique est une variable qui n'est pas soulevée dans les modèles utilisés et aurait pu aider dans l'analyse.

5. Perspectives de la recherche

Cette partie a pour but d'identifier des voies de recherches futures pour voir si on peut étendre cette recherche à d'autres contexte, intégrer d'autres variables, ou apporter des améliorations de la méthodologie.

Comme expliqué dans la partie d'avant, l'étude porte uniquement sur le secteur de la restauration collectif. Nous pourrions alors étendre cette recherche au domaine de la restauration traditionnelle ou rapide, aux plateformes de livraison, ou au domaine plus large de la vente. Ces extensions pourraient nous permettre de mieux comprendre les facteurs de l'intention de payer en cryptomonnaies.

Ensuite, nous pourrions intégrer de nouvelles variables. En effet, comme dit dans la partie d'avant, ajouter des variables permettrait de connaître l'intention de façon plus complète. Dans un premier temps, le niveau de connaissances en matière de nouvelles technologies, ou de finance pourrait exercer une influence sur l'intention de payer en cryptomonnaie. De plus, le niveau de confiance dans les nouvelles technologies pourrait être une variable intéressante dans le cadre des cryptomonnaies et de la blockchain.

Enfin, nous pourrions ajouter un élément de méthodologie. Réaliser une étude longitudinale pourrait nous permettre d'analyser le changement de comportement des répondants à travers le temps et les événements.

Conclusion

Tout ce travail mené a été réalisé dans le but de répondre à une problématique. Pour rappel, la recherche était réalisée autour de la question suivante : quels sont les facteurs de l'intention de payer en cryptomonnaie en restauration collective ? Ce travail a commencé par la revue de littérature. Nous avons étudié les modèles Utaut (Venkatesh et al., 2003), (Venkatesh, Thong et Xu, 2012), (Bhatnagr et Rajesh, 2023), la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991), le modèle d'utilisation PC (Thompson, Higgins et Howell, 1991), la théorie de l'action raisonnée (Fishbein, 1975), et les modèles TAM (Davis, 1989), (Venkatesh et Davis, 2000). Toutes ces théories nous ont permis de mieux comprendre les comportements humains et surtout face aux technologies. Ensuite, grâce au travail de revue de littérature, nous avons pu formuler des hypothèses. Ensuite nous avons réalisé une étude quantitative via un questionnaire google form basé sur l'échelle de Likert, délivré à un échantillon composé essentiellement de jeunes. Nous avons, par la suite, réalisé un travail d'analyse statistique avec une analyse en composante principale et une régression linéaire multiple. Lorsque nous avons reçu les résultats, nous avons pu les mettre en opposition avec les hypothèses réalisées et les théories initiales. Nous nous en sommes servi pour apporter de nouvelles données qu'elles soient théoriques ou managériales. Cette recherche a fait ressortir des limites qui étaient liées au contexte, à la diversité de l'échantillon mais elles ont permis de connaître des perspectives pour des recherches futures. Cette recherche a permis de mieux connaître le contexte des cryptomonnaies sachant que ce domaine n'avait pas encore donné lieu à beaucoup de recherches. Elle a aussi donné lieu à des recommandations managériales pour les SRC basées essentiellement sur des campagnes de communication. Enfin, ce travail nous a donné comme perspective d'orienter cette recherche sur un contexte plus grand que la restauration collective.

Conclusion générale

Pour conclure, ce dossier a permis, dans un premier temps, de présenter l'entreprise Newrest et le site du RIE Heliopole, site sur lequel j'ai réalisé mon alternance cette année. Enfin, cette initiation a permis de présenter le dossier de recherche appliquée sur le thème des cryptomonnaies.

Ce dossier s'est donc articulé en trois parties. En premier lieu, il y a eu une présentation de mon entreprise d'alternance Newrest. Les thèmes de son développement international dans le catering aérien, national dans la restauration collective et ferroviaire et ses engagements dans le domaine RSE y ont été décrit. Dans cette partie, j'ai aussi présenté J'ai pu ainsi y présenter toutes les tâches que j'ai réalisées sur le plan professionnel. En second lieu, il y a eu la présentation des missions réalisées en entreprise. Dans cette partie, ont été détaillées l'ensemble des responsabilités que j'ai pu prendre dans la création de menus ou de procédures d'hygiène par exemple. Enfin, la troisième partie de ce dossier était la recherche. Grâce à un travail de revue de littérature scientifique ainsi que d'une étude quantitative, nous avons étudier les facteurs, motivations et frein de payer en cryptomonnaies en restauration collective. Cette recherche a démontré que les dimensions de la performance attendue, de l'influence sociale, des habitudes, de la valeur prix et de l'innovation personnel peuvent être des facteurs influençant positivement l'intention d'utiliser les cryptomonnaies. Cependant, la dimension de l'effort attendu s'est révélée être un frein dans le paiement en cryptomonnaie en restauration collective.

Cette année de Licence 3 en Management de la restauration collective fut très formative et stimulante. En effet, cette année m'a permis de découvrir le système universitaire, ce qui m'a permis de progresser dans la rigueur et dans le travail personnel. Cette année fut aussi chargée en défi professionnel. J'ai pu découvrir le domaine de la restauration collective et une nouvelle façon de travailler dans la peau d'un manager. Cette expérience m'a permis de mieux me connaître et, par conséquent,

de mieux appréhender mes qualités et mes axes de progression. Ce dossier de recherche m'a permis, dans un premier temps, de mieux me cultiver sur le thème des cryptomonnaies et des nouvelles technologies en général. De plus, ce travail a permis d'apporter de nouvelles perspectives dans le domaine de la restauration collective qui est en constante évolution et dont les ambitions de qualité culinaire et du service sont de plus en plus mis en avant.

Bibliographie

- AJZEN Icek, 1991, « The theory of planned behavior », *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1 décembre 1991, vol. 50, n° 2, (coll. « Theories of Cognitive Self-Regulation »), p. 179-211.
- ANTONOPoulos Andreas M., 2014, *Mastering Bitcoin: Unlocking Digital Cryptocurrencies*, s.l., O'Reilly Media, Inc., 298 p.
- BAKER Michael John, 2001, *Marketing: Critical Perspectives on Business and Management*, s.l., Taylor & Francis, 576 p.
- BERTHOUD Marie et IULIO Simona De, 2015, « Apprendre à manger : l'éducation alimentaire à l'école entre politiques publiques, médiations marchandes et mobilisations citoyennes », *Questions de communication*, 27 octobre 2015, vol. 27, n° 1, p. 105-128.
- BERTRAND Mathieu, 2017, « Technologies informatiques et restauration collective : le cas du groupe CGF », *Management des technologies organisationnelles*, 2017, vol. 7, n° 2, p. 81-93.
- BHATNAGR Puneett et RAJESH Anupama, 2023, « Neobanking adoption – An integrated UTAUT-3, perceived risk and recommendation model », *South Asian Journal of Marketing*, 2 mai 2023, vol. 5, n° 2, p. 93-112.
- CHARLES R. H. G., 1986, *La restauration collective*, Copenhague, Organisation mondiale de la santé. Bureau régional de l'Europe (coll. « OMS, Publications régionales, Série européenne 15 »).
- CONTI Mauro, E Sandeep Kumar, LAL Chhagan et Ruj Sushmita, 2018, « A Survey on Security and Privacy Issues of Bitcoin », *IEEE Communications Surveys & Tutorials*, 2018, vol. 20, n° 4, p. 3416-3452.
- 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.
- FISHBEIN Martin, 1975, *Belief, attitude, intention, and behavior: an introduction to theory and research*, s.l., Reading, Mass. : Addison-Wesley Pub. Co., 602 p.
- FRITSCH A. et CUERVO-LOMBARD C., 2022, « Échelle de temporalité : validation française d'une version courte de la Zimbardo Time Perspective Inventory (ZTPI) », *Psychologie Française*, 1 mars 2022, vol. 67, n° 1, p. 1-15.

KAYAL Parthajit et ROHILLA Purnima, 2021, « Bitcoin in the economics and finance literature: a survey », *Sn Business & Economics*, 2021, vol. 1, n° 7, p. 88.

NAKAMOTO Satoshi, « Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System ».

SHAHZAD Muhammad Farrukh, Xu Shuo, LIM Weng Marc, HASNAIN Muhammad Faisal et NUSRAT Shahneela, 2024, « Cryptocurrency awareness, acceptance, and adoption: the role of trust as a cornerstone », *Humanities and Social Sciences Communications*, 2 janvier 2024, vol. 11, n° 1, p. 1-14.

SITE NEWREST, *Newrest, Qui sommes-nous ?*, <https://www.newrest.eu/fr/qui-sommes-nous/le-groupe/>, consulté le 11 avril 2025a.

SITE NEWREST, *L'histoire : Newrest expose son histoire depuis 1996*, <https://www.newrest.eu/fr/qui-sommes-nous/lhistoire/>, consulté le 11 avril 2025.

SITE NEWREST, *Newrest en France*, <https://www.newrest.eu/fr/pays/france/>, consulté le 11 avril 2025b.

SITE NEWREST, *Charte Responsabilité Sociétale de l'Entreprise Newrest*, <https://www.newrest.eu/fr/charteresponsabilitesocietaledelentrepreneur-newrest/>, consulté le 19 avril 2025c.

THOMPSON Ronald L., HIGGINS Christopher A. et HOWELL Jane M., 1991, « Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization », *MIS Quarterly*, 1991, vol. 15, n° 1, p. 125-143.

URQUHART Andrew et YAROVAYA Larisa AND, 2024, « Cryptocurrency research: future directions », *The European Journal of Finance*, 1 novembre 2024, vol. 30, n° 16, p. 1849-1854.

VENKATESH Viswanath et DAVIS Fred D., 2000, « A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies », *Management Science*, 2000, vol. 46, n° 2, p. 186-204.

VENKATESH Viswanath, MORRIS Michael G., DAVIS Gordon B. et DAVIS Fred D., 2003, « User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View », *MIS Quarterly*, 2003, vol. 27, n° 3, p. 425-478.

VENKATESH Viswanath, THONG James Y. L. et Xu Xin, 2012, « Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology », *MIS Quarterly*, 2012, vol. 36, n° 1, p. 157-178.

WATOREK Marcin, DROZDZ Stanisław, KWAPIEN Jarosław, MINATI Ludovico, OSWIECIMKA Paweł et STANUSZEK Marek, 2021, « Multiscale characteristics of the emerging global cryptocurrency market », *Physics Reports*, mars 2021, vol. 901, p. 1-82.

ZIMBARDO Philip G. et BOYD John N., 1999, « Putting time in perspective: A valid, reliable individual-differences metric. », *Journal of Personality and Social Psychology*, 1 décembre 1999, vol. 77, n° 6, p. 1271-1288.

« Coefficient alpha de Cronbach » dans *Wikipédia*, 2025, s.l.

« Régression linéaire » dans *Wikipédia*, 2025, s.l.

« Kaiser-Meyer-Olkin test » dans *Wikipedia*, 2025, s.l.

« Analyse en composantes principales » dans *Wikipédia*, 2025, s.l.

« Théorie du comportement planifié » dans *Wikipédia*, 2025, s.l.

« Échelle de Likert » dans *Wikipédia*, 2024, s.l.

« Régression linéaire multiple » dans *Wikipédia*, 2024, s.l.

Réduire le gaspillage alimentaire en restauration collective, <https://librairie.ademe.fr/economie-circulaire-et-dechets/769-reduire-le-gaspillage-alimentaire-en-restauration-collective.html>, consulté le 28 mai 2025.

What Is Cryptocurrency and How Does It Work?, <https://academy.binance.com/en/articles/what-is-a-cryptocurrency>, consulté le 28 mai 2025.

Risks and Returns of Cryptocurrency | The Review of Financial Studies | Oxford Academic, <https://academic.oup.com/rfs/article-abstract/34/6/2689/5912024?redirectedFrom=fulltext&login=false>, consulté le 29 mai 2025.

« 48423_Whether_Blockchain_WP.pdf ».

La théorie unifiée de l'acceptation et de l'utilisation de la technologie.,
<https://artimon.fr/perspectives/la-theorie-unifiee-de-lacceptation-et-de-lutilisation-de-la-technologie/>, consulté le 11 juin 2025.

A Conceptual and Operational Definition of Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology UTAUT 3.pdf,
https://drive.google.com/file/d/17ox0R1J21DggSJnA5o7fTtfg9n6dpuvX/view?usp=drive_open&usp=embed_facebook, consulté le 28 mai 2025.

Table des annexes

ANNEXE A : EXEMPLE DE MENU.....	39
ANNEXE B : TRAME DE DEVIS POUR LE CLUB DE DIRECTION	40
ANNEXE C : FICHE DE RENSEIGNEMENT DES FOURNISSEURS	41
ANNEXE D : EXEMPLE DE FICHE DE POSTE	42
ANNEXE E : PERFORMANCE ATTENDUE.....	43
ANNEXE F : EFFORT ATTENDU	44
ANNEXE G : INFLUENCES SOCIALES.....	45
ANNEXE H : CONDITIONS FACILITATRICES	46
ANNEXE I : MOTIVATIONS HEDONIQUES.....	47
ANNEXE J : VALEUR PRIX	48
ANNEXE K : INNOVATIVITE PERSONNELLE	49
ANNEXE L : RISQUE GLOBAL.....	50
ANNEXE M : INTENTION D'UTILISER	51
ANNEXE N : REGRESSION FINALE	52

Annexes

Annexe A : Exemple de menu

newrest
restauration

DU 06 au 10 janvier 2025															
Semaine 2	Lundi	600	prix	Mardi	650	prix	M mercredi	500	prix	Judi	500	prix	Vendredi	380	prix
	Salade composé à base pois carré algéma			Salade composé à base pois chiche algéma			Salade composé à base haricot rouge algéma			Salade composé à base lentille beluga algéma			Salade composé à base lentille verte algéma		
	céleri remoulade			chou blanc			Choux rouge			Radis émincé			concombre		
	Roquette			Betterave			Betterave			Roquette			Betterave		
	carotte rapée			carotte rapée			Carotte rapée			Carotte rapée			carotte rapée		
SToppings proposés entre : Olives noires ou vertes, Thon, Œuf, dés d'Emmental, Oignons frits, cacahuète, noix, graines de sésame, croûtons, feta, dés de volaille, thon, miette de surimi ...															
Salé/Bar	Salade de chou chinois, carotte et concombre	60		Rillettes de poisson	80		Salade de petit pois nouveau, framboise, oignon ciselé et roquette	60		Salade de champignon de paris tomate, persil, coriandre et roquette	60				
	Salade de lentille, saumon fumé et noisette concassé	60		Salade fromagère	80		Verrine crème d'avocat	60		Houmous de pois-chiche "Algéma" au cumin, tulsi de bacon et huile d'olive	60		Assiette de taboulé, ciboulette et légume légèrement rôti	50	
	Oeuf mimosa, jeune pousses et mayonnaise légèrement moutardé	90		Jambon de pays, pain toasté et écrasé de tomate confite	80		Paté au piment d'espelette "maison lascours", pain toasté et condiment	60		Assiette de coppa tranché, salade de roquette et cornichon ciselé	60		Fleur de rosette, petit beurre et cornichon en éventail	50	
Table chaude	Calamar à la romaine, sauce tartare à la coriandre, jeune pousses	60		Samossa de bœuf, Sucrine et réduction de balsamique	65		Cake portion au chorizo, feta et ciboulette	60		Assiette d'acra de morue, sauce yaourt pimenté aux fines herbes	50		Focaccia aux herbes gratinées à la mozzarella, origan et sauce tomate	40	
BBQ REVOLUTION	Filet de poulet "fermier du gers" - 200g														
	Steak haché														
	Echine de porc grillé laqué au miel et au thym	50		Bavette de bœuf VBF, confit d'échalote au vin rouge	50		Andouillette grillée, sauce à la moutarde et siphon au persil	40		Boudin noir	40		Demi magret de canard au baie rose	40	
BRASSERIE	Wok de poulet au curry	190		Escalope milanaise préparée par le chef, tagliatelle à la crème	200		Cocotte d'hachis parmentier "maison lascours" fine brunoise de légumes	180		Rognon de bœuf, sauce à la moutarde et oignon grelot	140		Cocotte de moussaka aux aubergines Bio, sauce mornay et brunoise de légume	110	
	Dos de cabillaud sauce normande	100		Poisson du jour	100		Poisson du jour	80		Poisson du jour	80		Poisson du jour	65	
Green révolution	Risotto crémeux aux asperges, asperge roti, copeaux de parmesan et émulsion au paprika	120		Bruschetta toasté, fromage frais, segment d'agrumes, grenade, tofu grillé et chips de parmesan	125		Cocotte de pâtes "mon voisin nous régale" sauce au pesto rouge, légume confit et parmesan	100		Cocotte de lasagne épinard ricotta gratiné, salade de pousses en salade	100		tempura de légume, espuma de fromage frais au gingembre	70	
Tweet				Quiche au poireau, éclat de morbier						Tarte aux légumes d'hiver					
Accompagnement	FRITES			FRITES			FRITES			FRITES			FRITES		
	Tagliatelle	250		Purée de pomme de terre au beurre persillé	250		Riz pilaf aux légumes et épices	200		Crozets à la crème	160		Ecrasé de PDT à la moutarde		
	Courge roti	180		Haricot vert vapeur	180		Carotte au cumin	160		Poivron vapeur	130		Epinard vapeur, crème au cury		
	Courgettes sautées à la provençale	150		Sauté campagnard (carotte, oignon grec et champignon)	150		Poêlée méditerranéenne (poivron rouge, tomate, olive et roquette)	130		Poêlée de choux persillé (chou fleur, brocoli)	130		Poêlée de légumes asiatique		
Laitage	SDF de saison / Compote de pomme / Fromage blanc														
	Plateau de 2 fromages comprenant pâte molle croûte fleurie, lavée, pâte pressée non cuite, pâte pressée cuite, pâte persillée, fromage frais ou fondu														
	Assortiments de laitages comprenant yaourt nature à 0%, nature, aux fruits, fromage blanc ou faisselle dont 1 bio														
Corbeille de 5 fruits dont 2 bio															
Dessert	Crème catalane brûlée minute														
	Île flottante, coulis caramel et éclat de noisette	65		Riz au lait au sésame noir	80		Tiramisu au café, boudoir et crème mascarpone	80		Mousse au citron et agrumes	60				
	Mousse chocolat, éclat de noisette et biscuit paille	65		Crème catalane brûlée minute	90		Verrine poire pain d'épices	60		Verrine foie gras noir, cerise amarena, gâteau au chocolat et chantilly	80		Verrine pêche melba	50	
Laitage	Cheesecake au citron	100		Brownie, chantilly topping m&m	100		Far breton aux pruneaux d'agen, chantilly et brûlée de speculoos	90		Mini fraise, copeau de chocolat blanc	100		Tarte aux pommes caramélisées	70	
	Plateau de 2 fromages comprenant pâte molle croûte fleurie, lavée, pâte pressée non cuite, pâte pressée cuite, pâte persillée, fromage frais ou fondu														

Annexe B : Trame de devis pour le club de direction

Bon de commande Prestations Annexes						
Informations Newrest			Informations Client			
		Entreprise				
Directeur de site	Liès BOUTRAH	Interlocuteur cmdé				
Téléphone du site	04.74.05.07.46	Téléphone & Mail				
Adresse E-Mail du site	lboutrah@newrest.eu / chef.bb122vip@newrest.eu	Date et heure de la réception				
Site	RIE Héliopole	Lieu de réception				
		Interlocuteur LIV.				
		Service à facturer / N° Commande				
Désignation des prestations	Quantité	Prix Unitaire HT	Prix Unitaire TTC	Total HT	Total TTC	Taux TVA
Accueil - café (Commande, modification ou annulation maximum 48h avant livraison)	Formule 1 (Boissons uniquement) Formule 2 (Boissons + mini viennoiseries) Formule 3 (Boissons + macarons ou patisserie) Salade de fruits frais 100g	1	0,00 0,00 0,00 0,00	-1 -1 -1 -1	-1 -1 -1 -1	10,00% 10,00% 10,00% 10,00%
Goûter (Commande, modification ou annulation maximum 48h avant livraison)	Biscuits sucrés ou chouquette Formule Gouter (Boissons + macarons ou biscuits sucrés)		0,00 0,00	-1 -1	-1 -1	10,00% 10,00%
COCKTAILS Minimum 10 personnes (Commande, modification ou annulation maximum 72h avant livraison)	4 pièces sucrées 4 pièces salées 12 pièces mixtes 16 pièces mixtes		0,00 0,00 0,00 0,00	-1 -1 -1 -1	-1 -1 -1 -1	10,00% 10,00% 10,00% 10,00%
BUFFETS Minimum 10 personnes (Commande, modification ou annulation maximum 72h avant livraison)	Buffet standard Buffet supérieur Buffet prestige		0,00 0,00 0,00	-1 -1 -1	-1 -1 -1	10,00% 10,00% 10,00%
PLATEAU REPAS Minimum 10 plateaux (Commande, modification ou annulation maximum 72h avant livraison)	Plateau standard Plateau prestige		0,00 0,00	-1 -1	-1 -1	10,00% 10,00%
Assortiment de boissons Minimum 10 personnes (Commande, modification ou annulation maximum 72h avant livraison)	Formule Eau plate / gazeuse (1L) Formule Soda (1L) Formule Café (thermos) Formule Jus de fruit (1L)		0,00 0,00 0,00 0,00	-1 -1 -1 -1	-1 -1 -1 -1	10,00% 10,00% 10,00% 10,00%
Autres prestations Alimentaires (Commande ou Modification 72 h avant livraison)			0,00 0,00 0,00	-1 -1 -1	-1 -1 -1	10,00% 10,00% 10,00%
Réservation Salon club de direction (Commande ou Modification 72 h avant livraison) (Hors Boissons)	* MENU: Entrée / Plat / Dessert * MENU GASTRONOMIQUE Gamme 1 * MENU GASTRONOMIQUE Gamme 2 * MENU GASTRONOMIQUE Gamme 3		0,00 0,00 0,00 0,00	-1 -1 -1 -1	-1 -1 -1 -1	10,00% 10,00% 10,00% 10,00%
Personnel de service	Personnel au taux horaire			-1 -1 -1	-1 -1 -1	20,00% 20,00% 20,00%
<i>Le type de pièces indiqué dans les Cocktails, Buffets et plateaux repas peut évoluer au gré des saisons mais la quantité reste inchangée. Un menu surprise, où le chef exprime toute sa créativité. Des produits, assaisonnant en prestige et noblesse, suivant la gamme de menu</i>			Total HT	Total TTC		
			0,00	0,00		

Annexe C : Fiche de renseignement des fournisseurs

Fournisseur	Jours de livraison	Jours de commande	Contact	Adresse	Type de Fournisseur
PRO A PRO DISTRIBUTION SUD	MARDI - JEUDI 7H00 - 11H00 FRANCO 200€ SEC 300€ FRAIS / SURG	A POUR C	05 63 21 32 80 commandegrandcompte.montauban@proapro.fr	impasse de Grèce ZI Albasud 82000 Montauban	EDI
KRILL	LUNDI ET JEUDI DE 7H00 A 10H00 FRANCO 120€ 7H00 - 11H00	A POUR B	05 61 70 97 10 televente.toulouse@krill	146/200 av de Etats-Unis 31200 Toulouse	NON EDI
VIVALYA	DU LUNDI AU VENDREDI 7H00 - 11H00	A Avant 11h00 pour D Fruit et légumes frais biologiques + 45ème gamme: Commande jour A avant 11h00 pour C	Celia Aubry: 05 34 27 99 54 celia.aubry@garonne-fruit.fr	2 av de la Nauze 31620 Castelnau d'Estrefon	EDI
VIVALYA MAREE	DU LUNDI AU SAMEDI 7H00 - 11H00	A POUR B	Christophe Lepine : 06 87 80 50 58 christophe.lepine@sobomafr	12 bis rue des bruyères 33450 Saint Loubes	EDI
POMONA PASSION FROID	MERCREDI - VENDREDI FRANCO 220€	A POUR C	05 67 35 42 89 ppf-bde-edesc@passionfroid.fr Marie-Danielle STOUFF 0643432775 md.stouff@passionfroid.fr	3 Rue Newton 33370 Tresses	EDI
POMONA EPISAVEUR	LUNDI ET JEUDI FRANCO 180€		Jessica Baillot : 05 67 52 44 52	3 Rue Newton 33370 Tresses	EDI
POMONA TERREAZUR	MERCREDI - VENDREDI 7H00 - 11H00	A POUR C VOIR D 4ème gamme A POUR B avant 17H00 fruits et légumes	Clément : 05 61 10 52 97 cde-toulouse-rhd@terreazur.fr	146 av des Etats-Unis 31018 Toulouse	EDI
FERMIERS DU GERS	DU LUNDI AU VENDREDI 7H00 - 11H00	A POUR C	SABRINA : 05 62 27 60 18 televente.fdg@fermiers-so.fr	Route de Gimont 32450 Saramon	NON EDI
BIGARD / SOCOPA			05 63 51 44 43 televenterhd.castrès@bigard.fr	42 rue Ludovic Julien Castres	NON EDI
MAISON LAS COURS	DU LUNDI AU VENDREDI 7H00 - 11H00	A POUR C	Céline : 06 40 72 57 36 05 61 82 80 78 Info@maison-lascours.fr	10 av de l'Europe 31470 Fonsorbes	NON EDI
SYSCO France	LUNDI - MERCREDI - VENDREDI 7H00 - 11H00 100	A POUR C	CORINNE : 05 65 27 60 18 commandescoll3.so@sysco.com	10 av du petit paradis 31150 Bruguières	EDI
ECOLAB	DU LUNDIAU VENDREDI 7H00 - 11H00	semaine A pour semaine B	client.HRC@ecolab.com	23 av Aristide Briand 94110 Arcueil	NON EDI
COLDIS	Livré par transporteur entre 48H et 72H ouvrés 7H00 - 11H00	semaine A pour semaine B	04 90 33 31 12 commandes@coldis.fr	230 av du Counoise ZAC du Plan 84320 Entraigues sur la sorgue	NON EDI
COUP DE PATES	MERCREDI ET VENDREDI 7H00 - 11H00	DE 8H00 A 11H30 ET DE 14H00 A 16H00 A POUR B	Carole Duvernat : 05 61 30 15 30 Laurent Bouffigny : 06 70 80 70 11 lbouffigny@coudepates.fr televente-patis@coudepates.fr	6 rue Isabelle Eberhardt 31200 Toulouse	NON EDI
SANIPOUSSE	DU LUNDI AU SAMEDI 7H00 - 10H00	A POUR F	02 54 43 65 44 02 54 43 63 79 02 54 43 65 41 c.touchard@sanipousse.com	15 rue rue Copernic 41260 La Chausée St Victor	NON EDI
CAFE RICHARD	7H00 - 10H00		05 34 27 91 47 cafesrichard_toulouse@richard.fr Service technique : 05 59 64 01 50	11 impasse de la gravette 31150 Garentour	NON EDI
ATYPIQUE	7H00 - 11H00	A POUR F	04 35 40 62 64 ventes@atypique.eco	254 Rue Vendôme 69003 Lyon	NON EDI
ECOSPIRALE	DU LUNDIAU VENDREDI	A POUR F	01 45 93 26 57 info@ecospirale.fr	2 av de la sablière 94370 Sucy en brie	NON EDI

FICHE DE POSTE

I. DESCRIPTION DU POSTE

1- *Intitulé du poste :*

Employé de restauration Zone froide

1- *Le positionnement du poste dans l'organisation*

Sous l'autorité du chef froid

II. MISSION ET ATTRIBUTIONS

1- *Tâches prioritaires*

- Relevé de température
- Réalisation d'entrées froides et chaudes à l'assiette
- Réalisation saladiers de fruits et de légumes
- Nettoyage du matériel, des plans de travail et du sol
- Mise en place des entrées et desserts à l'assiette en vitrine et des salades et desserts bar
- Service : Tenue de caisse ou rechargement des vitrines, table chaude, pain
- Nettoyage de la salle

2- *Tâches secondaires*

- Plonge vaisselle / batterie lors des périodes de faible affluence
- Inventaire en fin de mois

III. CONDITIONS D'EXERCICE

1- *Condition de travail*

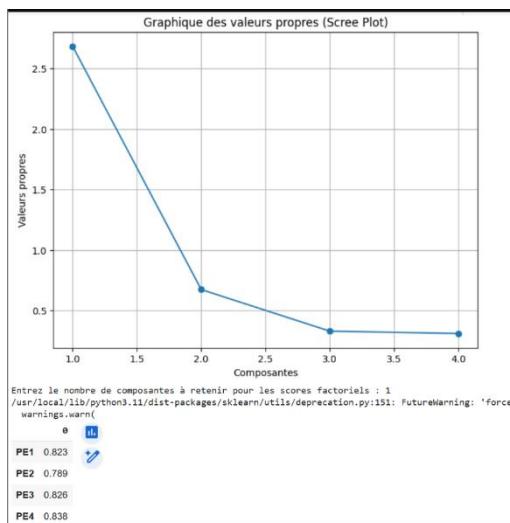
- Travail en équipe de 7h00 à 15h00 avec une heure de pause
- Travail en intérieur dans une zone froide (+3°C), possibilité de reclassement sur d'autres sites Newrest en fonction de la mobilité

2- *Compétences et aptitudes requises*

- Organisation et rigueur dans l'exécution des tâches confiées
- Dynamisme et réactivité
- Ecoute et respect des différents interlocuteurs
- Connaissance et respect des réglementations en termes d'hygiène

Annexe E : 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



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 F : Effort attendu

KMO global : 0.644
 Test de Bartlett : Chi² = 289.400, p = 0.000
 Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 1

Communalités des variables:

	Variable Initial	Communauté
0	EE1	1.0
1	EE2	1.0
2	EE3	1.0

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	2.225	74.155	74.155
1 Composante 2	0.587	19.577	93.732
2 Composante 3	0.188	6.268	100.000

Graphique des valeurs propres (Scree Plot)

Graphique des valeurs propres (Scree Plot)

Intez le nombre de composantes à retenir pour les scores factoriels : 1
 /usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'for
 warnings.warn(
 0 [i]
 EE1 0.901 [p]
 EE2 0.921
 EE3 0.751

Alpha de Cronbach global : 0.825

Alpha sans item

[i]	[p]
EE1	0.692
EE2	0.644
EE3	0.894

	Items	Contributions factorielles	α sans item	Qualité Extraction	Correl. Items	[i]	[p]
0	EE1	0.901066	-	0.81192	1.0	[i]	[p]
1	EE2	0.921281	-	0.848758	0.809		
2	EE3	0.750986	-	0.56398	0.477		
3	KMO	0.643540	-	-	-		
4	α de l'échelle	0.824820	-	-	-		
5	Valeur propre du facteur	2.224658	-	-	-		
6	Variance expliquée	74.155000	-	-	-		

Annexe G : Influences Sociales

```

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:
warnings.warn(
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning:
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

```

Graphique des valeurs propres (Scree Plot)

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: 'f
warnings.warn(
    0  [il]
SI1  0.806  [il]
SI2  0.772  [il]
SI3  0.800  [il]
SI4  0.597  [il]

```

Alpha de Cronbach global : 0.719

	Alpha sans item	
SI1	0.615	[il]
SI2	0.645	[il]
SI3	0.620	
SI4	0.752	

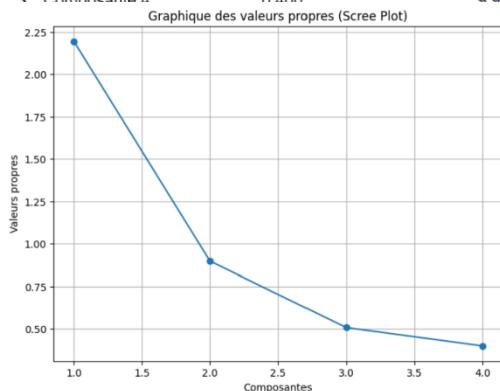
	Items	Contributions factorielles	α sans item	Qualité Extraction	Correl. Items	
0	SI1	0.805516	-	0.648856	1.0	[il]
1	SI2	0.771606	-	0.595375	0.505	[il]
2	SI3	0.799965	-	0.639944	0.512	
3	SI4	0.597257	-	0.356716	0.336	
4	KMO	0.748366	-	-	-	
5	α de l'échelle	0.718931	-	-	-	
6	Valeur propre du facteur	2.240891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

Annexe H : 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
 warnings.warn(
 /usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'force
 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	0.902	100.000	

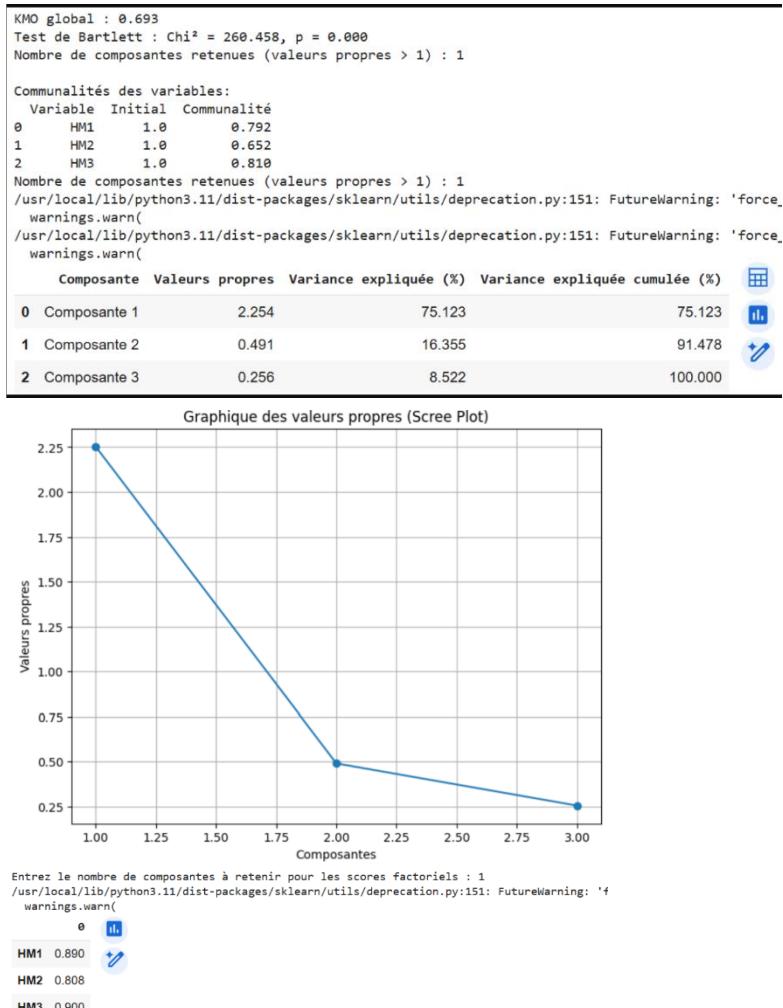


Entrez le nombre de composantes à retenir pour les scores factoriels : 1
 /usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'fi
 warnings.warn(
 0
 FC1 0.730
 FC2 0.721
 FC3 0.759
 FC4 0.752

Alpha de Cronbach global : 0.725

	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 I : Motivations hédoniques



Alpha de Cronbach global : 0.834

	Alpha sans item	
HM1	0.729	
HM2	0.852	
HM3	0.705	

	Items	Contributions factorielles	α sans item	Qualité Extraction	Correl. Items	
0	HM1	0.889685	-	0.791539	1.0	
1	HM2	0.807528	-	0.652101	0.553	
2	HM3	0.900027	-	0.810049	0.743	
3	KMO	0.692646	-	-	-	
4	α de l'échelle	0.833795	-	-	-	
5	Valeur propre du facteur	2.253688	-	-	-	
6	Variance expliquée	75.123000	-	-	-	

Annexe J : Valeur Prix

KMO global : 0.500

Test de Bartlett : Chi² = 84.714, p = 0.000

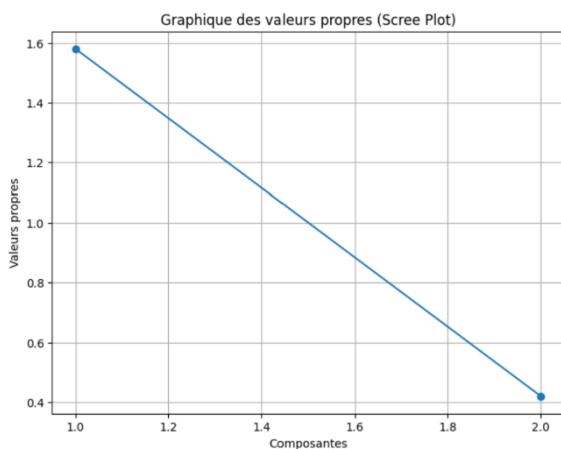
Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 1

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

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



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

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 × 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

	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 K : Innovativité personnelle

```

KMO global : 0.839
Test de Bartlett : Chi2 = 556.170, p = 0.000
Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 2

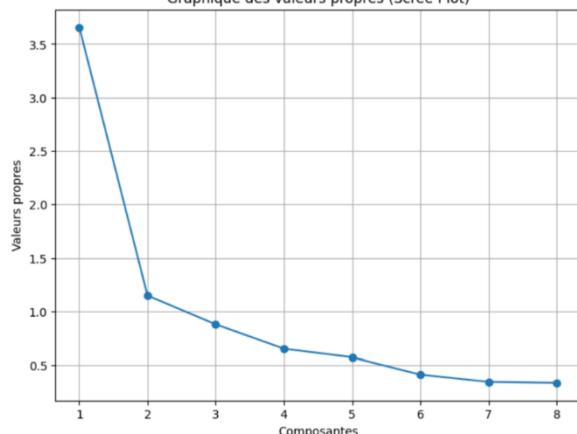
Communalités des variables:
   Variable Initial Communalité
0   PI1      1.0      0.689
1   PI2      1.0      0.581
2   PI3      1.0      0.672
3   PI4      1.0      0.400
4   PI5      1.0      0.645
5   PI6      1.0      0.717
6   PI7      1.0      0.644
7   PI8      1.0      0.456

Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 2
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'f
warnings.warn(
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning: 'f
warnings.warn(

```

	Composante	Valeurs propres	Variance expliquée (%)	Variance expliquée cumulée (%)
0	Composante 1	3.656	45.700	45.700
1	Composante 2	1.147	14.341	60.041
2	Composante 3	0.879	10.982	71.023
3	Composante 4	0.651	8.138	79.161
4	Composante 5	0.572	7.154	86.315
5	Composante 6	0.413	5.160	91.475
6	Composante 7	0.346	4.320	95.795
7	Composante 8	0.336	4.205	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: 'f
warnings.warn(

0 <

Annexe L : Risque global

KMO global : 0.720
Test de Bartlett : Chi² = 416.529, p = 0.000
Nombre de composantes retenues (valeurs propres > 1) : 1

Communalités des variables:

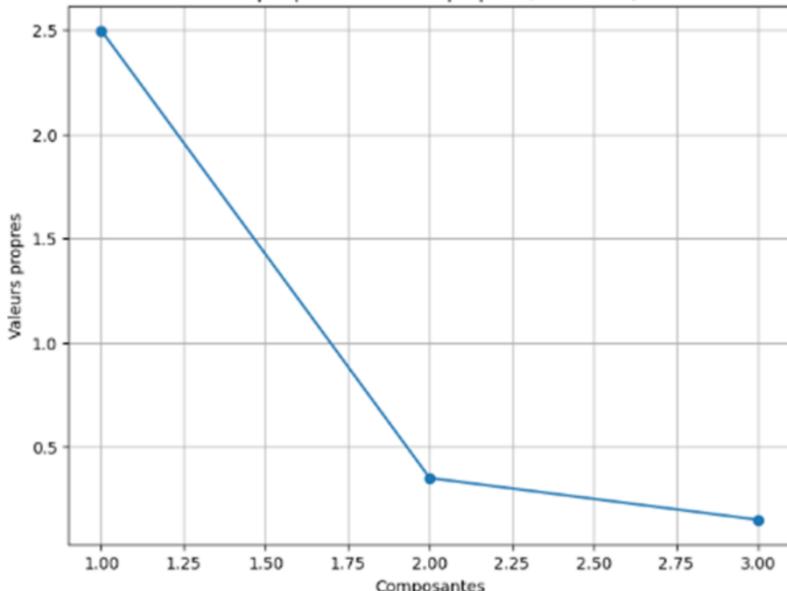
	Variable	Initial	Communauté
0	GR1	1.0	0.863
1	GR2	1.0	0.879
2	GR3	1.0	0.756

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

```
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning:  
    warnings.warn(  
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning:  
    warnings.warn(
```

	Composante	Valeurs propres	Variance expliquée (%)	Variance expliquée cumulée (%)
0	Composante 1	2.498	83.252	83.252
1	Composante 2	0.351	11.710	94.962
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

Annexe M : Intention d'utiliser

```

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:
  warnings.warn(
/usr/local/lib/python3.11/dist-packages/sklearn/utils/deprecation.py:151: FutureWarning:
  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_n_components' is deprecated and will be removed in version 1.1. Use 'n_components' instead.
warnings.warn(

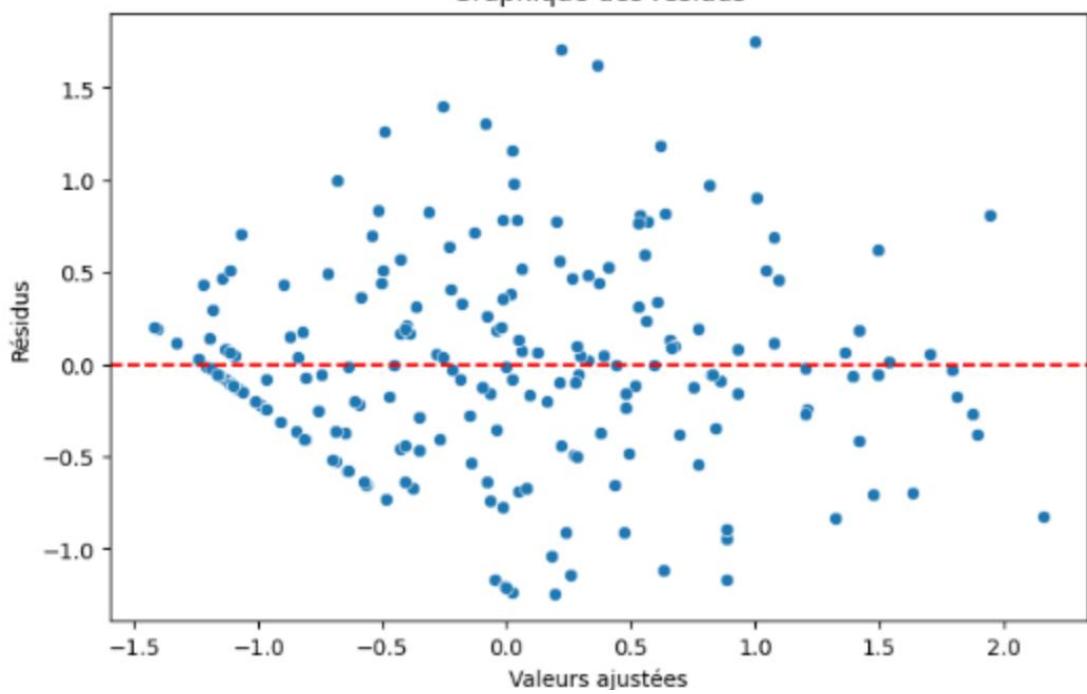
0	IU1
IU1	0.871
IU2	0.908
IU3	0.701
IU4	0.876
IU5	0.902

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 N : Régression finale

Graphique des résidus



QQ-Plot des résidus

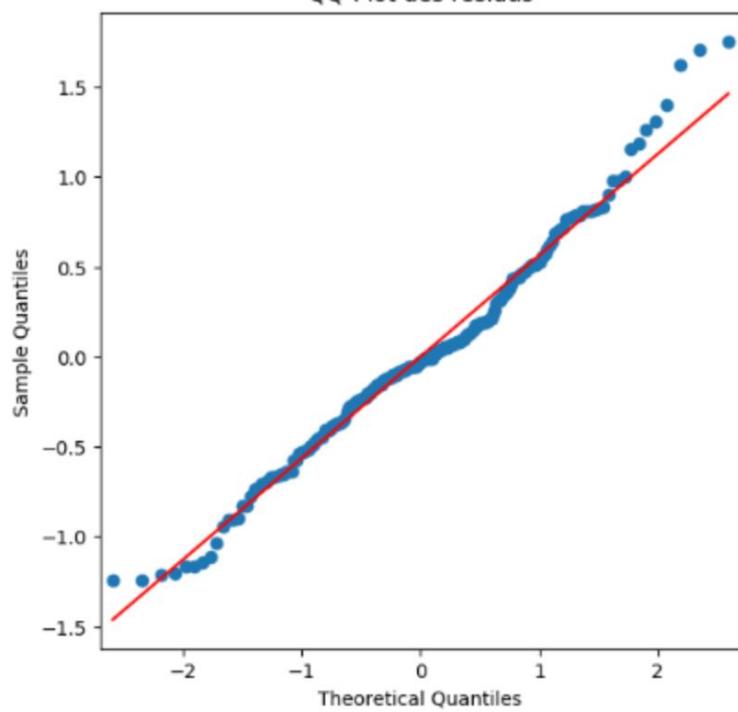


Table des matières

INTRODUCTION GENERALE	1
PARTIE 1 : PRESENTATION DE L'ENTREPRISE	2
PARTIE 2 : DESCRIPTION DES MISSIONS ET ACTIVITES DE L'ALTERNANT	5
MISSION N° 1 : REALISATION DE MENUS (VOIR PAGE 39).....	5
MISSION N°2 : REALISATION D'UNE TRAME DE DEVIS POUR LES PRESTATIONS ANNEXES (VOIR PAGE 40)	6
MISSION N°3 : MISSION DE CHEF GERANT SUR UN AUTRE SITE.....	6
MISSION N°4 : CREATION DE PROCEDURES D'HYGIENES	7
MISSION N°5 : CREATION D'UNE FICHE DE RENSEIGNEMENT DES FOURNISSEURS (VOIR PAGE 41)	8
MISSION N°6 : CREATION DE FICHES DE POSTE (VOIR PAGE 42)	8
MISSION N°7 : PRISE DE COMMANDE DES MATIERES PREMIERES	8
MISSION N°8 : RECEPTIONS COMPTABLES DES MATIERES PREMIERES	9
MISSION N° 9 : FIN DE MOIS COMPTABLE.....	9
PARTIE 3 : PROJET DE RECHERCHE APPLIQUEE	11
INTRODUCTION	11
CHAPITRE 1 : REVUE DE LITTERATURE	13
CHAPITRE 2 : HYPOTHESES ET MODELE DE RECHERCHE	18
CHAPITRE 3 : METHODOLOGIE	21
CHAPITRE 4 : RESULTATS	23
CHAPITRE 5 : DISCUSSIONS, APPORTS THEORIQUES ET MANAGERIAUX, LIMITES ET PERSPECTIVES	25
1. DISCUSSIONS DE LA RECHERCHE.....	25
2. APPORTS THEORIQUES	26
3. APPORTS MANAGERIAUX.....	26
4. LIMITES DE LA RECHERCHE.....	29
5. PERSPECTIVES DE LA RECHERCHE	29
CONCLUSION	31
CONCLUSION GENERALE.....	32

BIBLIOGRAPHIE	34
TABLE DES ANNEXES.....	38
ANNEXES	39
RESUME	55
ABSTRACT	55

LES CRYPTOMONNAIES EN RESTAURATION COLLECTIVE

Résumé

Le dossier s'articule en 3 parties : la présentation de l'entreprise, la présentation des missions réalisées en entreprise, et le dossier de recherche appliquée. Dans un premier temps, il y a une présentation de Newrest, son développement national et international et son positionnement RSE et du site sur lequel j'ai réalisé mon alternance, le RIE heliopole, et ses spécificités. Ensuite, il y a la présentation des missions qu'elles soient managériales, comptables ou de réalisation de procédure. Enfin, le dossier de recherche appliquée a pour but de comprendre les facteurs de l'intention de payer en cryptomonnaie en restauration collective.

Mots clés : Cryptomonnaies, Intention d'utiliser, restauration collective

CRYPTOCURRENCIES IN MASS CATERING

Abstract

The dossier is divided into 3 parts : a presentation of the company, a presentation of the tasks realised in the company, and the research file. Firstly, there is a presentation of Newrest, its national and international development and its CSR positioning, and of the site where I did my sandwich course, the RIE heliopole, and its specific characteristics. Then there's the presentation of the tasks, whether managerial, accounting or procedural. Finally, the applied research file aims to understand the factors behind the intention to pay in cryptocurrency in mass catering.

Key words : Cryptocurrencies, Intention to use, mass catering