



# DOORDASH

**RAPPORT CONCERNANT  
LES INCIDENCES SUR  
LES COMMUNAUTÉS  
CANADIENNES**



# DOORDASH

Rapport concernant les incidences sur les  
communautés canadiennes  
2023

**PUBLICFIRST** 

**A:** Public First Ltd, Ashleigh Villa, 143 Tamworth Road, Long Eaton, Nottingham, NG10 1BY

**T:** +44 (0) 2036 872 761

**E:** [info@publicfirst.co.uk](mailto:info@publicfirst.co.uk)

[www.publicfirst.co.uk](http://www.publicfirst.co.uk)



# TABLE DES MATIÈRES

---

6	Sommaire
12	Introduction
14	Commerçants
24	Les dashers
30	Les consommateurs
38	Méthode

# SOMMAIRE

La plateforme qu'offre DoorDash permet à un large éventail de commerçants de faire croître leurs activités, aux dashers de tous les horizons de profiter d'occasions de gagner un revenu souple et aux clients de partout au pays d'accéder facilement aux entreprises locales. DoorDash a commandé ce rapport à Public First ainsi que des sondages indépendants anonymes, menés par Pollara, afin de mieux quantifier les incidences de la plateforme.

## COMMERÇANTS

DoorDash permet aux entreprises de toutes tailles, y compris les restaurants, les épiciers et les détaillants, de joindre un plus grand nombre de clients et d'accroître leurs ventes.

**DoorDash aide les commerçants locaux à faire croître leurs activités :**



**11 %** 1 commerçant sur 10 a déclaré que sans DoorDash son entreprise n'existerait plus aujourd'hui.

**74 %**

des entreprises conviennent que DoorDash a aidé leur entreprise à accroître l'ensemble de leurs revenus.

**85 %**

des entreprises conviennent que DoorDash a contribué à accélérer la livraison aux clients.

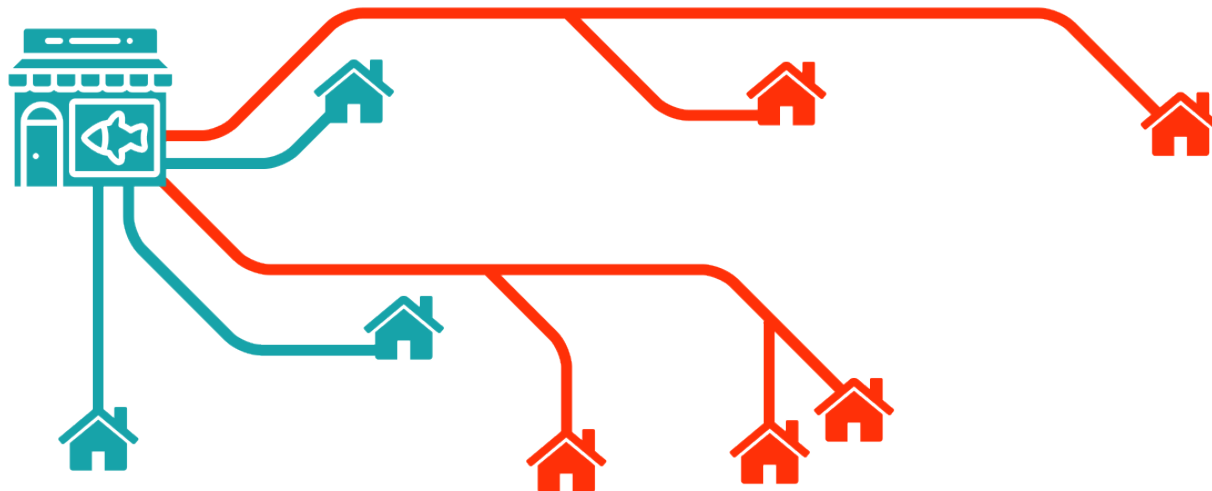
**72 %**

des entreprises affirment que DoorDash aide à réduire au minimum le temps, les coûts et le fardeau logistique de la livraison à l'interne.

**34 %**

1 commerçant sur 3 a déclaré que DoorDash était essentiel à son succès.

## DoorDash aide les commerçants locaux à atteindre de nouveaux clients :



**83 %** des commerçants conviennent que DoorDash les a aidés à trouver de nouveaux clients.

**73 %** des consommateurs ont utilisé DoorDash pour commander dans des restaurants qu'ils n'auraient pas essayés autrement.

**91 %** Parmi ces consommateurs, 91 % ont fait une nouvelle commande dans certains ou dans la totalité de ces restaurants, et **45 %** se sont rendus au restaurant en personne.

**63 %** des commerçants conviennent que DoorDash les aide à établir une plus grande présence dans leur communauté.

Tout ceci explique la raison pour laquelle **78 %** des entreprises ont déclaré qu'elles recommanderaient DoorDash à d'autres entreprises. En 2023, plus de 100 000 magasins indépendants se sont joints à DoorDash Marketplace à l'échelle mondiale.



# LES DASHERS

Le fait de dasher est différent des autres emplois. C'est un moyen souple, rapide et facile de combler les écarts de revenu. En 2023, des centaines de milliers de personnes au Canada ont choisi de dasher pour atteindre leurs objectifs à leur guise, en gagnant ce dont elles ont besoin, quand elles en ont besoin.

**Les dashers valorisent le travail flexible et indépendant :**

**Presque tous les Canadiens (97 %) estiment que les changements apportés à la loi ne devraient pas les empêcher de choisir quand, où et comment ils travaillent, et environ la moitié d'entre eux disent qu'ils cesseraient de dasher si cette souplesse leur était retirée.**

**96 %**

des dashers ont affirmé qu'il était important pour eux de choisir leur moment de travailler, et 94 % ont dit qu'il était également important de pouvoir choisir les tâches à effectuer.

**93 %**

des dashers conviennent que le fait de dasher leur offre plus de souplesse que d'autres possibilités d'emploi.

**Moins de  
4 heures**

Au quatrième trimestre de 2023, un dasher moyen a consacré moins de 4 heures par semaine à la livraison, et environ 90 % des dashers y ont consacré moins de 10 heures par semaine.



**86 %** des dashers ont un autre emploi à temps plein ou à temps partiel, sont travailleurs autonomes, étudiants ou aides familiaux à la maison, ou sont à la retraite.

**Le fait de dasher aide les gens à se sentir plus en sécurité sur le plan financier :**

**77 %** des dashers affirment qu'il serait difficile pour eux de joindre les deux bouts s'ils ne pouvaient pas obtenir un revenu supplémentaire grâce à ce travail fondé sur une application.

**30 %**

des dashers déclarent que dasher les aide à payer des dépenses imprévues.

**39 %**

des dashers ont dashé pour compenser une perte de revenu ou à la réduction de leur nombre d'heures de travail dans un autre emploi.

**68 %**

des dashers affirment que le fait de dasher les aide à atteindre leurs objectifs financiers.

**1 dasher  
sur 5**

indique que son revenu serait moindre s'il ne pouvait plus faire son travail de dasher.



# LES CONSOMMATEURS

DoorDash aide des millions de personnes de partout au Canada à découvrir ce qu'il y a de mieux dans leur quartier; ainsi, elles peuvent commander rapidement et facilement une vaste gamme de produits.

## DoorDash aide les gens à gagner du temps :

Au total, les utilisateurs de DoorDash ont pu économiser environ 30 millions d'heures en 2023. C'est suffisamment de temps pour:



escalader la tour du CN  
17 millions de fois.



voler de Montréal à  
Vancouver 2 millions de  
fois.



et faire cuire 12 millions de  
tartelettes au beurre.

**83 %**

des consommateurs  
affirment que DoorDash  
leur permet d'avoir une plus  
grande maîtrise sur leur  
temps.

**78 %**

des parents soutiennent  
que DoorDash les aide  
à être plus productifs ou  
leur laisse du temps pour  
d'autres activités.

**70 %**

de ces parents utilisent ce  
temps pour être avec leur  
famille.

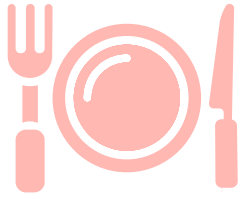
DoorDash aide les gens à accéder aux produits et aux aliments dont ils ont besoin :



**18 %** des consommateurs ont déclaré  
avoir utilisé des services comme  
DoorDash pour des raisons de santé, par  
exemple quand ils étaient trop malades  
pour quitter la maison ou parce qu'ils  
avaient des problèmes de mobilité.



**38 %** ont commandé des repas par  
l'intermédiaire de DoorDash pour nourrir  
une personne qui ne pouvait pas quitter  
sa maison ou qui était incapable de  
préparer un repas.



**200 000 repas**



**128 500 \$**

DoorDash s'est engagé à réduire l'insécurité alimentaire : les partenariats de DoorDash établis avec des organisations à but non lucratif, des banques alimentaires et des groupes communautaires dans le cadre du projet DASH ont permis de fournir près de 200 000 repas. De plus, en 2023, DoorDash a travaillé avec des organismes locaux de partout au Canada, en fournissant 128 500 \$ en crédits communautaires pour accroître l'accès aux repas et aux articles essentiels.



**47 %**

des consommateurs ont utilisé DoorDash pour commander des articles essentiels lorsqu'ils n'étaient pas en mesure de magasiner en personne.

# INTRODUCTION

DoorDash est devenu un partenaire clé pour des dizaines de milliers d'entreprises au Canada. La plateforme relie plus d'un million d'utilisateurs actifs au Canada à des restaurants et à des magasins locaux, tout en offrant des possibilités de gains flexibles à des centaines de milliers de dashers partout au pays. Pour mieux comprendre les incidences de la plateforme DoorDash sur les dashers, les commerçants, les consommateurs et les communautés au Canada, DoorDash a demandé aux analystes indépendants Pollara et Public First de mener de nouvelles recherches, notamment :

- des sondages indépendants et anonymes sur :
  - 1 373 consommateurs qui ont passé une commande sur DoorDash Marketplace au cours du mois précédent;
  - 1 268 dashers ayant effectué une livraison au cours des 90 derniers jours;
  - 207 commerçants indépendants qui travaillent actuellement en partenariat avec DoorDash.
- des entrevues officielles avec divers partenaires indépendants de DoorDash au sujet de leurs expériences.

## À PROPOS DE PUBLIC FIRST

Public First est un cabinet d'experts-conseils indépendant qui aide les entreprises et les organisations à élaborer de nouvelles propositions de politiques, à mieux comprendre les sondages d'opinion publique et à modéliser leurs incidences économiques et sociales.

## À PROPOS DE POLLARA

Pollara Strategic Insights est un membre fondateur et accrédité du Sceau d'or du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien qui mène des recherches sur l'opinion publique.



COMMERÇANTS

DoorDash permet à tout un éventail d'entreprises de toutes tailles d'entrer en contact avec un plus grand nombre de clients et d'accroître leurs ventes. La majorité des commerçants de DoorDash n'ont qu'un seul emplacement, et bon nombre d'entre eux sont de petites entreprises ou des entreprises familiales.

**Parmi les restaurants, les épiciers et les autres détaillants indépendants que nous avons sondés :**



**79 %**

ont un seul emplacement.



**47 %**

compte actuellement moins de 10 employés.



**43 %**

sont des entreprises familiales.

En 2023, les commerçants ont réalisé des ventes de près de 50 milliards de dollars sur les marchés DoorDash et de Wolt de partout dans le monde. À l'échelle mondiale, les ventes des mêmes magasins de DoorDash Marketplace ont augmenté de plus de 12 % au quatrième trimestre de 2023, comparativement au quatrième trimestre de 2022.

**Marketplace met les consommateurs en relation avec les commerçants au moyen de l'application ou du site Web DoorDash, ce qui permet un accès sur demande aux entreprises de leur quartier.**

**Storefront aide les commerçants à créer leur propre boutique en ligne, transformant les visiteurs du site Web en clients au moyen de commandes directes sans commission.**

**Drive permet aux commerçants de répondre aux demandes de livraison générées par leurs canaux en ligne existants, les dashers effectuant ensuite les livraisons.**



## DOORDASH AIDE LES COMMERÇANTS LOCAUX À FAIRE CROÎTRE LEURS ACTIVITÉS:

DoorDash s'est révélée être un partenaire précieux pour les entreprises, **78 %** d'entre elles recommandant la plateforme à d'autres commerçants. Cet appui solide est soutenu par la longévité de ces partenariats; **75 %** des entreprises font affaire avec DoorDash depuis plus d'un an, et **près de la moitié** (46 %) font affaire avec DoorDash depuis plus de trois ans.

**1 commerçant sur 3 (34 %) affirme que DoorDash est essentiel à la réussite de son entreprise.**

Lorsqu'on leur a demandé d'imaginer l'année précédente sans DoorDash, les commerçants ont dit clairement qu'ils auraient été dans une situation bien pire :



**74 %**

des entreprises conviennent que DoorDash les a aidés à accroître l'ensemble de leurs revenus.



**11 %**

1 commerçant sur 10 (11 %) affirme que sans DoorDash, son entreprise n'existerait plus aujourd'hui.



**70 %**

conviennent que DoorDash a aidé leur entreprise en faisant la promotion de leur entreprise sur la plateforme. Les publicités et les promotions commanditées de DoorDash permettent aux entreprises de mener des campagnes axées sur les données, ce qui favorise une croissance durable des affaires.

# DOORDASH AIDE LES COMMERÇANTS LOCAUX À ATTEINDRE DE NOUVEAUX CLIENTS :

DoorDash améliore la découvrabilité des entreprises locales, en mettant les commerçants en liaison avec une clientèle élargie.



**83 %**

des commerçants conviennent que DoorDash les a aidés à trouver de nouveaux clients.



**73 %**

des consommateurs ont utilisé DoorDash pour commander dans des restaurants qu'ils n'auraient pas essayés autrement. Parmi ces consommateurs, **91 %** ont fait une nouvelle commande dans certains ou dans la totalité de ces restaurants, et **45 %** se sont rendus au restaurant en personne.



**63 %**

des commerçants conviennent que DoorDash les aide à établir une plus grande présence dans leur communauté.

Nos recherches montrent que les gens aiment explorer et soutenir les petits bijoux locaux par l'intermédiaire de DoorDash.

**81 %**

des consommateurs disent avoir découvert de nouveaux restaurants ou détaillants grâce à DoorDash.

**82 %**

des consommateurs se sentent à l'aise de soutenir les commerçants locaux en utilisant DoorDash.

**83 %**

des consommateurs conviennent que DoorDash offre la possibilité de voir ce qui est populaire ou nouveau dans leur quartier.



# ÉTUDE DE CAS : THE BURNT TONGUE

The Burnt Tongue, un restaurant local qui sert de la soupe, des sandwichs et des salades au centre-ville de Hamilton, est né de l'idée de quatre collègues et amis qui ont imaginé un endroit où la communauté pourrait se réunir pour déguster de délicieux repas réconfortants. Le premier établissement de Burnt Tongue a ouvert ses portes en septembre 2013. Au cours de la dernière décennie, l'entreprise s'est étendue à quatre emplacements.

Michael Leon, directeur, Expérience des invités et développement des affaires, explique qu'ils ont commencé à travailler en partenariat avec DoorDash en août 2019.

*« DoorDash nous a permis de joindre un plus grand nombre d'invités et de clients auxquels nous n'aurions tout simplement pas eu accès si nous n'étions pas membre de la plateforme. Évidemment, l'entreprise a pour objectif d'être rentable et durable, mais la vraie raison pour laquelle nous faisons ce que nous faisons, c'est pour nourrir et satisfaire le plus de gens possible. DoorDash a certainement joué un rôle dans notre capacité à le faire. »*

L'ajout de services de livraison a rendu les aliments réconfortants de Burnt Tongue accessibles aux personnes qui ne peuvent pas venir en personne.

*« Nous avons vu et entendu parler de livraisons à l'hôpital, à des personnes qui ne peuvent pas quitter leur domicile, ou même à des personnes qui sont mal à l'aise de quitter leur domicile. DoorDash offre un moyen aux personnes qui n'auraient pas normalement accès à notre installation de faire l'expérience de nos mets. »*

Depuis l'ajout de DoorDash à tous les emplacements de Burnt Tongue en 2022, les revenus ont augmenté de près de 10 %, et de nombreux clients ont visité le restaurant en personne après avoir initialement essayé les mets du restaurant par l'intermédiaire de DoorDash.

*« Les commandes ont augmenté grâce à DoorDash. Les gens viennent au restaurant et disent : « J'ai commandé par l'intermédiaire de DoorDash la semaine dernière, et c'était tellement bien. Après l'avoir essayé, ma femme et moi, nous nous sommes dit, en fait, nous sommes plus près de ce restaurant que nous ne le pensions. Nous voulions vraiment voir ce qu'ils font en personne. »*

Au cours des cinq prochaines années, Michael espère que l'entreprise deviendra une marque nationale et prendra de l'expansion à plusieurs autres emplacements, tout en continuant de collaborer avec DoorDash.

*« Nous avons des objectifs assez ambitieux pour les cinq prochaines années. Nous espérons atteindre au moins un nombre d'emplacements à deux chiffres. Nous continuerons certainement de collaborer avec DoorDash. »*

James et Thesa Villanueva sont les propriétaires du restaurant familial Katmu, une petite entreprise familiale de Saskatoon qui ne compte que trois employés. Ils ont démarré l'entreprise ensemble seulement deux ans après avoir immigré au Canada, car ils souhaitaient faire connaître leur culture à leur communauté locale.

*« Nous servons du steak, du barbecue et de la cuisine philippine. . . La plus grande partie de notre menu est de la cuisine philippine, car nous voulons présenter notre culture. »*

Le restaurant a officiellement ouvert ses portes en février 2020. Lorsque la pandémie a mis fin à la vie quotidienne de tous un mois plus tard, James et Thesa craignaient pour la survie du restaurant.

*« Pendant la pandémie, tout était fermé, la cuisine était fermée, personne ne venait manger. Alors DoorDash nous a beaucoup aidés. [...] Notre représentante de DoorDash était toujours là lorsque nous lui demandions quelque chose; elle répondait immédiatement. »*

Les repas en personne au restaurant se sont en grande partie rétablis après la COVID-19, mais on estime que les applications de livraison représentent toujours environ 35 % du chiffre d'affaires du restaurant. DoorDash, en particulier, est demeuré essentiel à l'image de marque du restaurant et à son marketing.

*« DoorDash a envoyé gratuitement un photographe pour prendre des photos de mes dix meilleurs plats. Ils l'ont fait pour soutenir notre entreprise, ce que nous apprécions vraiment... Il y a certains clients qui ont commandé au moyen de DoorDash et qui, ensuite, voulaient voir le vrai restaurant. »*

James et Thesa ont des plans exaltants pour l'avenir, leur entreprise et leur communauté. Ils sont devenus citoyens canadiens cette année, et veulent ouvrir un autre restaurant familial Katmu dans la région. Ils espèrent également continuer à soutenir d'autres entreprises philippines dans leur communauté.

*« J'ai un ami qui possède également un restaurant philippin ici. J'ai lui ai dit : N'oublie pas d'ajouter DoorDash, ça va aider ton entreprise. »*

ÉTUDE DE CAS :  
RESTAURANT FAMILIAL KATMU



# DOORDASH FOURNIT UNE INFRASTRUCTURE ESSENTIELLE AUX COMMERÇANTS :

Une capacité limitée peut empêcher les entreprises d'étendre leurs activités. DoorDash offre une infrastructure technologique et des outils numériques clés qui permettent aux entreprises de se concentrer sur le service à la clientèle et la croissance de leurs revenus. Parmi les entreprises que nous avons sondées :

**85 %**

conviennent que DoorDash a facilité une livraison rapide aux clients.

**72 %**

affirment que DoorDash aide à réduire au minimum le temps, les coûts et le fardeau logistique de la livraison à l'interne.

**64 %**

affirment que la livraison par une tierce partie leur laisse plus de temps pour se concentrer sur la création de leur entreprise.

**64 %**

affirment que DoorDash les a aidés à mieux comprendre les préférences et les tendances des clients.

# DOORDASH N'AIDE PAS SEULEMENT LES RESTAURANTS :

Bon nombre des commerçants sur la plateforme de DoorDash sont des entreprises autres que des restaurants, comme des dépanneurs, des boutiques de fleurs, des magasins d'alcools<sup>1</sup> et plus encore. Ces magasins sont populaires auprès des consommateurs qui cherchent des façons pratiques d'accéder à différents produits :



43 %

des clients de DoorDash ont commandé des produits d'épicerie ou de détail (comme des produits de première nécessité, des aliments pour animaux de compagnie et des fleurs) au moyen de DoorDash.



36 %

1 client sur 3 (36 %) qui a commandé des produits d'épicerie ou de détail par l'intermédiaire de DoorDash affirme qu'il a utilisé ce service pour commander ces produits auprès d'un détaillant ou d'une épicerie qu'il n'aurait pas essayé autrement.



86 %

**des clients qui ont passé leur commande dans un magasin de détail ou une épicerie pour la première fois grâce à DoorDash** ont de nouveau commandé un article de ce magasin par livraison, et 62 % se sont rendus dans ce magasin pour magasiner en personne.

DoorDash aide particulièrement les détaillants locaux à relever la concurrence exercée par les grands détaillants en ligne. **Près des trois quarts** (73 %) des utilisateurs de DoorDash qui ont commandé des produits d'épicerie ou de détail dans des magasins de quartier par l'intermédiaire de DoorDash ont dit que s'ils ne pouvaient pas obtenir ces produits au moyen d'une plateforme comme DoorDash, ils commanderaient auprès d'un détaillant en ligne ou utiliseraient un produit qu'ils possèdent déjà, privant ces magasins locaux de leurs activités.

1 Lorsque la livraison est permise.



# ÉTUDE DE CAS : HOTSHOT LIQUOR

En 2019, Abi Gill, un ingénieur des TI, a décidé d'acheter Hotshot Liquor, un magasin d'alcools local à Calgary. Il a d'abord géré les livraisons à l'interne, mais il l'expérience lui semblait longue et coûteuse. En 2021, il a fait un virage important, c'est-à-dire qu'il s'est tourné vers la livraison par des tiers, ajoutant son entreprise à DoorDash. Cette décision a été prise pendant la pandémie de COVID-19, alors que les clients recherchaient de plus en plus l'aspect pratique de la livraison à domicile.

*« Pendant la pandémie, les gens ont préféré commander à partir de chez eux, et DoorDash nous a aidés à répondre à cette demande de manière efficace. »*

Hotshot Liquor, qui se spécialise dans les alcools, les boissons froides et les produits non alcoolisés, a connu une croissance importante depuis son adhésion à DoorDash. Abi fait remarquer que DoorDash représente 15 % du total de leurs commandes, tant en personne qu'en ligne.

Abi apprécie l'accès que DoorDash offre à une vaste clientèle, y compris les membres de DashPass.

*« Le partenariat avec DoorDash nous a aidés à devenir plus rentables. La visibilité de notre magasin s'est améliorée, notamment pour les clients éloignés. Nous avons vu nos revenus et nos ventes augmenter. »*

Hotshot Liquor exploite maintenant deux emplacements et compte sept employés. Abi mentionne la facilité d'utilisation de DoorDash, de la configuration aux opérations quotidiennes, et souligne les expériences positives vécues avec DoorDash Support et les dashers. Il tire également parti des analyses de la plateforme pour obtenir des renseignements sur les tendances en matière de ventes et les préférences des clients, données, qui, à son avis sont inestimables pour prendre des décisions d'affaires éclairées.

*« Il est vraiment utile de savoir quels sont les articles les plus vendus en magasin et comment cette liste change selon la saison ou les événements clés. »*

En ce qui concerne l'avenir, Abi se concentre désormais sur la croissance de son entreprise. Il n'hésiterait pas à recommander la plateforme à d'autres propriétaires d'entreprise qui envisagent d'adhérer à DoorDash, tout en insistant sur le fait que « l'ajout de votre entreprise à l'application est vraiment facile à gérer. C'est un bon processus. »

# COMMENT DOORDASH REDONNE À LA COMMUNAUTÉ :

## SOUTENIR LES ENTREPRISES LOCALES

DoorDash Canada est déterminé à habiliter les commerçants et les communautés locales au moyen de diverses initiatives axées sur la mission. En 2023, l'entreprise s'est engagée à verser 140 000 \$ US en subventions de secours en cas de catastrophe aux petites entreprises touchées par les feux de forêt et les inondations. DoorDash comble également l'écart de possibilités pour des restaurants appartenant à des femmes, à des immigrants ou à des personnes de couleur grâce aux programmes d'entrepreneuriat et d'accès de DoorDash.

L'entreprise a lancé le programme Accelerator pour les restaurants locaux, un programme éducatif de huit semaines qui offre aux femmes et aux personnes de couleur propriétaires de petits restaurants un encadrement individuel et des occasions de réseautage en personne. De plus, le programme #BlackFoodEnergy de DoorDash célèbre et soutient les chefs noirs et les restaurateurs noirs, en offrant des possibilités de marketing et de financement aux entrepreneurs noirs.





**LES DASHERS**

En 2023, des centaines de milliers de personnes ont dashé au Canada, gagnant plus de 500 millions de dollars grâce à la plateforme DoorDash. À l'échelle du pays, les dashers provenant de divers milieux ont défini le fait de dasher comme un moyen souple et facile de combler les écarts de revenu.

## DASHER AIDE LES GENS DE TOUS LES HORIZONS À GAGNER UN REVENU SUPPLÉMENTAIRE :

Parmi les dashers qui ont participé à notre sondage...

**52 %**

sont des gens de couleur.

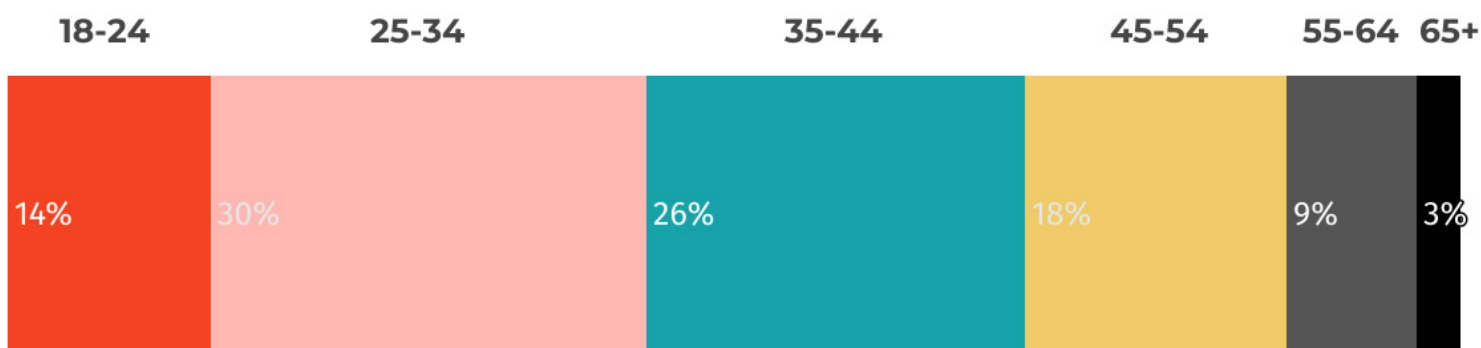
**54 %**

ont immigré au Canada au cours des cinq dernières années.

**86 %**

des dashers ont un autre emploi à temps plein ou à temps partiel, sont travailleurs autonomes, étudiants ou aides familiaux à la maison, ou sont à la retraite.

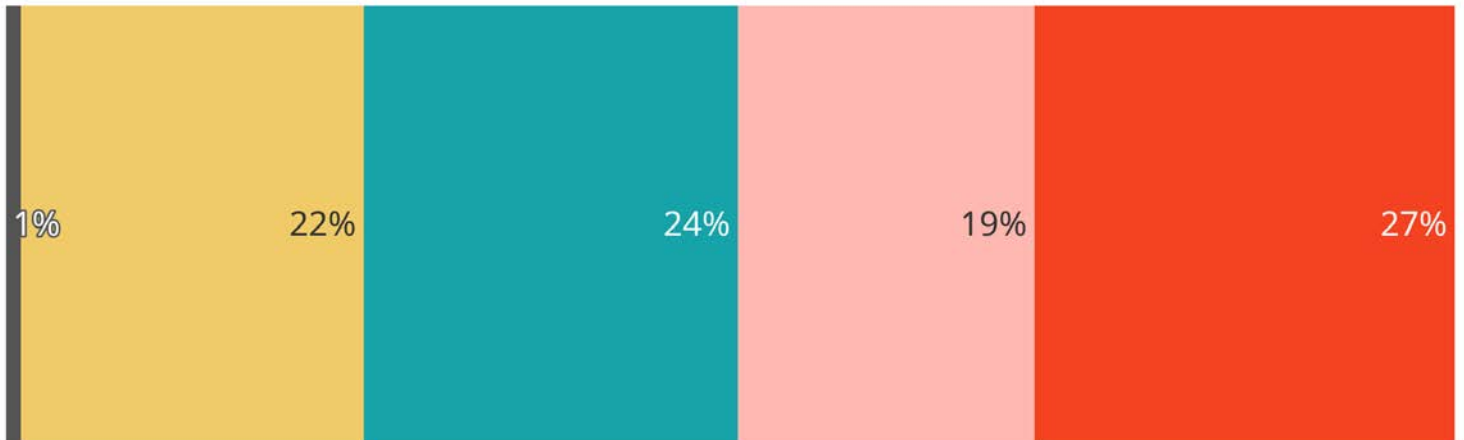
### RÉPARTITION DES DASHERS PAR ÂGE



6 % des répondants préféraient ne pas répondre.

## NIVEAU DE SCOLARITÉ LE PLUS ÉLEVÉ DE DASHERS

■ Aucun diplôme ■ Études secondaires ■ Études professionnelles, techniques, collégiales/cégep et écoles de métier  
■ Études universitaires, diplôme de premier cycle ■ Études universitaires, diplôme d'études supérieures et professionnelles

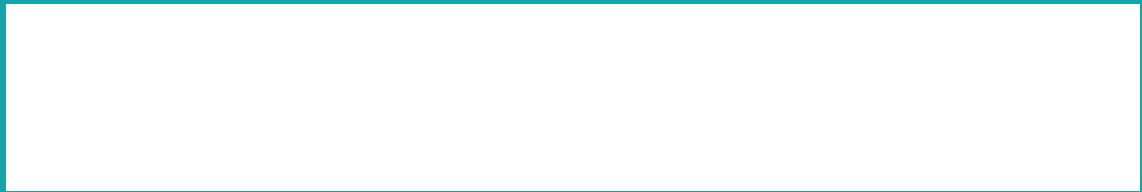


## LES DASHERS VALORISENT LE TRAVAIL FLEXIBLE ET INDÉPENDANT :

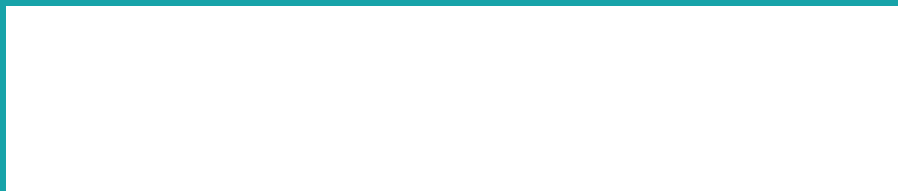
Les dashers aiment utiliser la plateforme DoorDash pour de nombreuses raisons, la principale étant la souplesse qu'elle offre. En particulier, les dashers ont souligné la capacité de créer leurs propres horaires, de travailler autant ou aussi peu qu'ils le souhaitent et d'être leur propre patron.

## Voici les six principales raisons pour lesquelles les dashers ont choisi d'utiliser DoorDash plutôt que d'autres possibilités de travail :

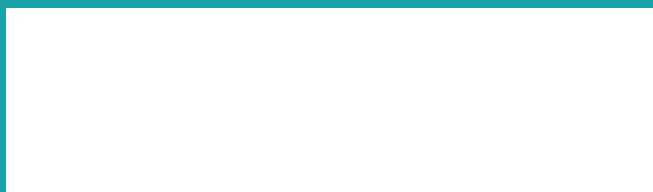
Je suis en mesure de fixer mes propres heures



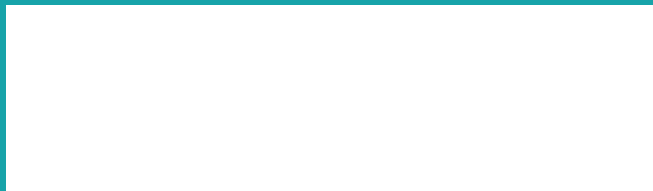
Je suis en mesure de travailler autant d'heures que je le veux ou aussi peu d'heures que je le veux



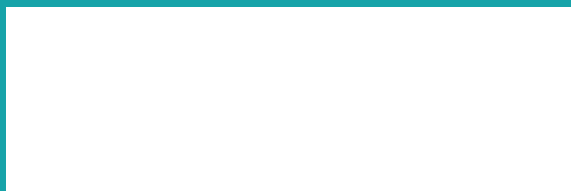
Cela me permet d'être mon propre patron



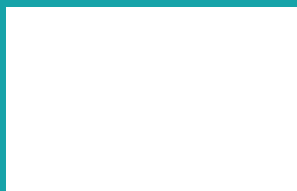
Je peux le faire tout en occupant un autre emploi



J'aime ce travail



L'inscription a été rapide et facile



Contrairement aux emplois traditionnels, le fait de dasher offre une souplesse et une accessibilité uniques, ce qui permet aux dashers de s'adapter facilement par rapport à leurs autres engagements, qu'il s'agisse de prendre soin de leur famille ou d'occuper un emploi à temps plein.

**93 %**

des dashers conviennent que le fait de dasher leur offre plus de souplesse que d'autres emplois qu'ils ont occupés.

**33 %**

des dashers disent que le fait de pouvoir dasher tout en occupant un autre emploi est l'une des principales raisons pour laquelle ils ont choisi DoorDash plutôt que d'autres possibilités.

**Moins de  
4 heures**

Au quatrième trimestre de 2023, un dasher moyen a consacré moins de 4 heures par semaine à la livraison, et environ 90 % des dashers y ont consacré moins de 10 heures par semaine.

**96%**

des dashers ont affirmé qu'il était important pour eux de choisir leur moment de travailler, et **64 %** ont dit qu'il était également très important pour eux de pouvoir choisir les tâches à effectuer.

**Presque tous les dashers canadiens – 97 % – estiment que les changements apportés à la loi ne devraient pas les empêcher de choisir quand, où et comment ils travaillent, et environ la moitié<sup>2</sup> disent qu'ils cesseraient de dasher si cette souplesse leur était retirée.**

<sup>2</sup> 53 % des dashers affirment qu'ils choisiraient d'arrêter de dasher s'ils perdaient la capacité de choisir le moment où ils travaillent, et 49 % disent qu'ils choisiraient d'arrêter de dasher s'ils perdaient la capacité de choisir leur nombre d'heures de travail.



## LE FAIT DE DASHER AIDE LES GENS À SE SENTIR EN SÉCURITÉ SUR LE PLAN FINANCIER :

Dans un contexte de hausse des prix et de ralentissement de la croissance économique, le fait de dasher aide les gens à se sentir plus en sécurité financièrement, car ils obtiennent ainsi un revenu supplémentaire au moment où ils en ont le plus besoin :

**77%**

des dashers affirment qu'il serait difficile de joindre les deux bouts s'ils ne pouvaient pas obtenir un revenu supplémentaire grâce à ce travail fondé sur une application.<sup>3</sup>

**68%**

affirment que le fait de dasher les aide à atteindre leurs objectifs financiers.

**39%**

des dashers ont dashé pour compenser la réduction de leur revenu ou de leurs heures de travail dans un autre emploi.

**30%**

disent qu'ils dashent pour payer des dépenses imprévues (p. ex. la réparation d'une voiture, des frais médicaux, un voyage imprévu, etc.).

### 1 dasher sur 5

indique que son revenu serait moindre s'il ne pouvait plus faire son travail de dasher.

3

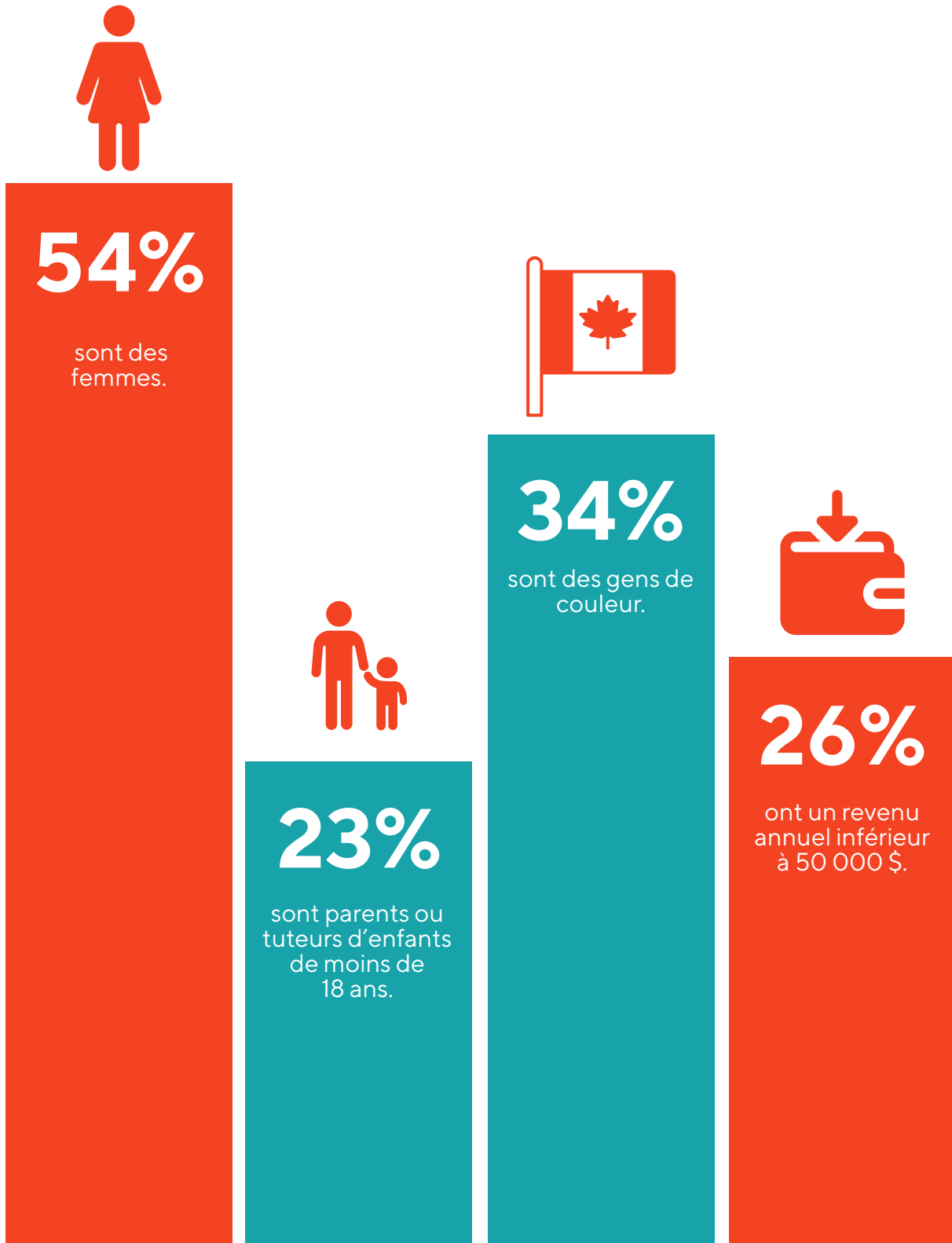
Ce travail peut prendre la forme de covoiturage ou de livraison, et il est accessible au moyen d'une plateforme ou d'une application en ligne.



LES CONSOMMATEURS

En décembre 2023, DoorDash et Wolt Marketplaces comptaient plus de 37 millions d'utilisateurs actifs par mois à l'échelle mondiale.

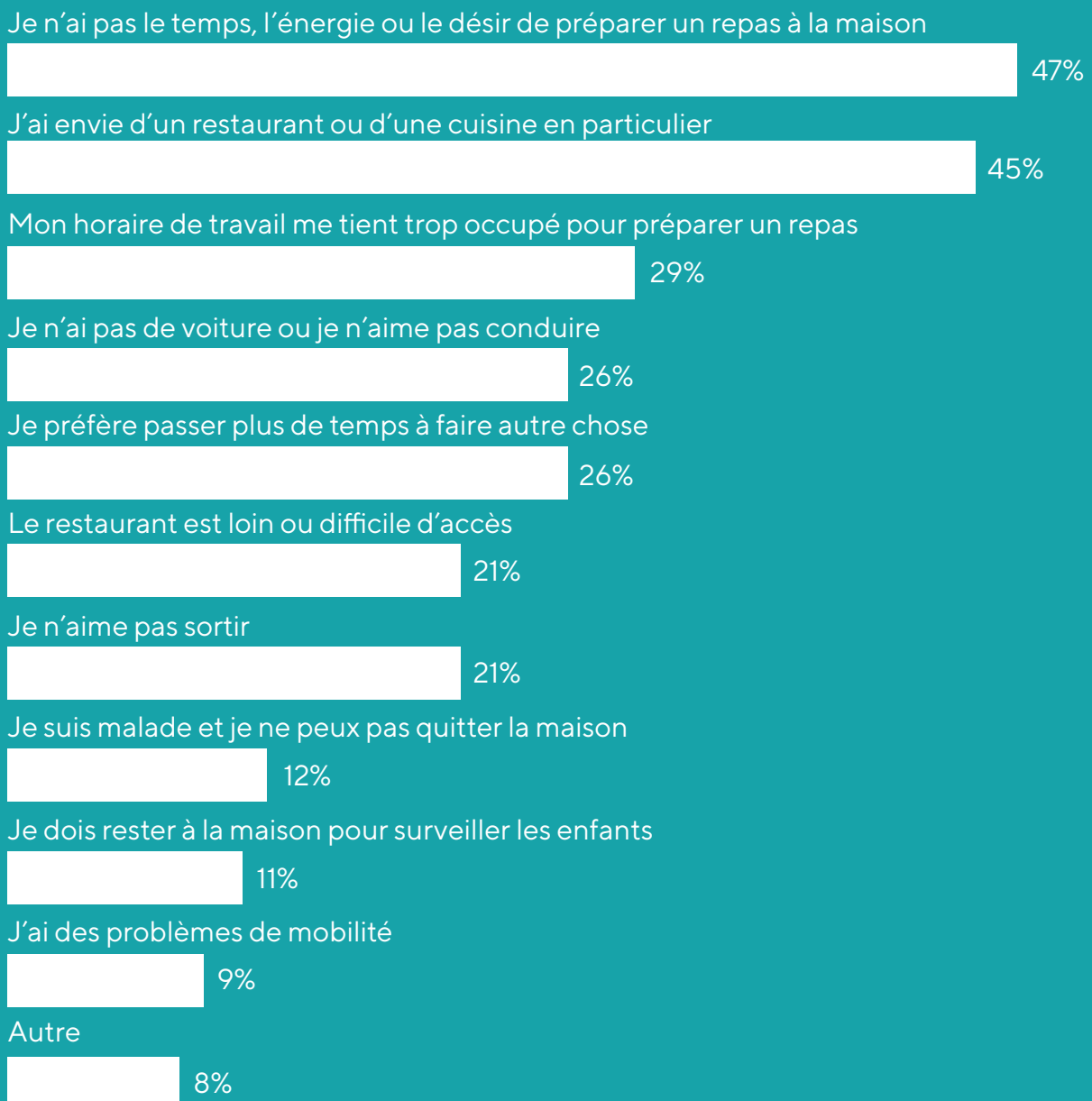
Parmi les consommateurs canadiens qui ont répondu à notre sondage :



# DOORDASH AIDE LES GENS À GAGNER DU TEMPS :

L'aspect pratique de DoorDash redonne aux gens un temps précieux, en permettant aux clients de se concentrer sur ce qui compte le plus pour eux, qu'il s'agisse de passer du temps de qualité avec leurs proches, de s'adonner à des passe-temps ou simplement de se détendre.

## Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous utilisez normalement une plateforme de livraison comme DoorDash pour commander des repas?



Selon notre sondage auprès des consommateurs :

**94%**

conviennent que DoorDash est pratique et facile à utiliser.

**93%**

conviennent que DoorDash réduit le fardeau de la préparation des repas lorsqu'ils n'ont pas le temps.

**83%**

des consommateurs affirment que DoorDash leur permet d'avoir une plus grande maîtrise sur leur temps.



Ces économies de temps peuvent être particulièrement importantes pour ceux qui ont des enfants. **78%** des parents affirment que DoorDash les aide à être productifs ou leur laisse du temps pour d'autres activités. 70 % de ces parents disent utiliser ce temps pour être avec leur famille.

**Au total, les utilisateurs de DoorDash ont pu économiser environ 30 millions d'heures en 2023.**

**C'est assez de temps pour :**



**escalader la tour du CN 17 millions de fois,**



**voler de Montréal à Vancouver 2 millions de fois,**



**et faire cuire 12 millions de tartelettes au beurre.**



## DOORDASH AIDE LES GENS À ACCÉDER AUX PRODUITS ET AUX ALIMENTS DONT ILS ONT BESOIN :

DoorDash s'engage à offrir à ses clients un meilleur accès, un plus grand choix et un plus grand aspect pratique, en particulier à ceux qui ont des problèmes d'accessibilité. Parmi les clients qui ont répondu au sondage :



**73%**

ont utilisé DoorDash pour commander auprès de restaurants ou de détaillants qui autrement seraient trop loin de leur domicile.



**47%**

ont utilisé DoorDash pour commander des articles essentiels lorsqu'ils n'étaient pas en mesure de magasiner en personne.



**18%**

soulignent avoir utilisé des services comme DoorDash pour des raisons de santé, comme le fait d'être trop malades pour quitter la maison ou d'avoir des problèmes de mobilité.



**38%**

ont commandé des repas par l'intermédiaire de DoorDash pour nourrir une personne qui ne pouvait pas quitter sa maison ou qui était incapable de préparer un repas.

# DOORDASH AIDE LES GENS À SUBVENIR AUX BESOINS DE LEURS PROCHES :

DoorDash est souvent au cœur d'occasions spéciales pour les amis et la famille. Les consommateurs ont commandé DoorDash :



**64%**

pour une rencontre avec des membres de la famille ou des amis.



**56%**

pour une soirée de rendez-vous avec leur partenaire.



**47%**

pour célébrer un anniversaire.



**39%**

comme cadeau pour quelqu'un d'autre.

# LORSQU'ON LEUR A DEMANDÉ POURQUOI LES GENS UTILISENT DOORDASH, LES CONSOMMATEURS ONT RÉPONDU :

« Je ne quitte le travail qu'après 18 h. Ainsi, les soirs où je ne commande pas de repas à livrer et que je fais plutôt la cuisine pour mes enfants, nous ne mangeons pas avant 21 h, une fois que tout est préparé, cuit et servi. »

« J'aime me faire plaisir. »

« J'ai une maladie auto-immune, et je dois éviter les foules. »

« Ma gentille sœur est atteinte de démence et ne peut pas se servir d'un ordinateur, alors je commande et je fais en sorte que le tout lui soit livré entièrement payée, pourboire inclus. »

« Mon fils est à l'université, et je lui fais la surprise de commander DoorDash de temps à autre. »



# ÉLARGIR L'ACCÈS AUX ALIMENTS :

DoorDash s'engage à offrir un meilleur accès, un plus grand choix, un plus grand aspect pratique et une plus grande dignité aux gens en situation d'insécurité alimentaire. Cela comprend des améliorations à sa plateforme ainsi que la collaboration avec les banques alimentaires et d'autres organismes de services sociaux.

Dans le cadre du programme DoorDash Community Credits, l'entreprise fournit des cartes-cadeaux DoorDash à des organismes sans but lucratif locaux, ce qui contribue à offrir un meilleur accès à la nourriture et aux produits essentiels, tout en permettant à ces organismes de consacrer plus de temps au soutien des personnes. En 2023, DoorDash a travaillé avec des organismes locaux de partout au Canada, fournissant 128 500 \$ en crédits communautaires pour réduire l'insécurité alimentaire.

De plus, grâce au projet DASH, des partenariats avec des organismes sans but lucratif, des banques alimentaires et des groupes communautaires ont facilité près de 10 000 livraisons – ce qui représente près de 200 000 repas, selon les estimations – tout en s'assurant que les articles essentiels parviennent à ceux qui en ont le plus besoin.



A chef wearing a white hat and a dark blue chef's coat is smiling while looking at a tablet computer. He is standing in a kitchen with stainless steel equipment. The background is slightly blurred, showing kitchen lights and equipment. A large orange diagonal banner is overlaid on the bottom left corner of the image.

**MÉTHODE**

# GAIN DE TEMPS

Public First estime le temps que les consommateurs ont gagné en utilisant DoorDash en s'appuyant sur les résultats du sondage mené par Pollara sur ce que les consommateurs seraient susceptibles de faire s'ils ne pouvaient pas utiliser DoorDash. Nous nous sommes ensuite inspirés de la recherche documentaire pour en arriver à des hypothèses raisonnables quant au temps et aux coûts de ces choix pour les consommateurs. Nous avons supposé qu'en l'absence de pouvoir passer des commandes par l'intermédiaire de DoorDash, il faudrait en moyenne aux consommateurs : 39 minutes pour préparer un repas, 33 minutes pour se rendre au restaurant et en revenir, et 25 minutes pour aller acheter de la nourriture dans un point de vente. Nous avons ensuite utilisé les numéros de livraison de DoorDash pour estimer une économie de temps globale.

## MÉTHODE DE SONDAGE

### Commerçants

Du 3 au 21 avril 2024, Pollara a mené un sondage en ligne auprès des commerçants de DoorDash qui sont entièrement ou partiellement responsables de l'exploitation et de la gestion de leurs entreprises. Les invitations ont été envoyées à partir d'une base de données fournie par DoorDash. Au total, 207 commerçants ont répondu au sondage. La marge d'erreur pour cet échantillon est de +/- 6,8 %, 19 fois sur 20.

### Dashers

Du 28 septembre au 6 octobre 2023, Pollara a mené un sondage en ligne auprès des dashers actifs, qui ont pris une commande au cours des 90 derniers jours. Les invitations ont été envoyées à l'aide d'une base de données fournie par DoorDash. Au total, 1 268 dashers ont répondu au sondage. La marge d'erreur pour cet échantillon est de +/- 2,7 %, 19 fois sur 20. Les données finales ont été pondérées en fonction du nombre de dashers actifs dans chaque province ou territoire. Les conclusions citées dans le présent rapport peuvent donc être considérées comme représentatives de la population de dashers actifs au Canada.

### Consommateurs

Du 3 au 22 avril 2024, Pollara a mené un sondage en ligne auprès des consommateurs de DoorDash. Les invitations ont été envoyées à partir d'une base de données fournie par DoorDash. Au total, 1 373 consommateurs ont répondu au sondage. La marge d'erreur pour cet échantillon est de +/- 2,6 %, 19 fois sur 20. Les données finales ont été pondérées en fonction du nombre total de commandes passées par les consommateurs au cours du dernier mois, de l'année de leur adhésion à DoorDash et du fait qu'ils aient ou non une DashPass. Les conclusions citées dans le présent rapport peuvent donc être considérées comme représentatives de la population de consommateurs actifs de DoorDash.



**PUBLICFIRST** 

© Public First - Tous droits réservés 2024