

Recherche qualitative et quantitative
Recherche d'entreprise annuelle de 2016
Rapport final

Numéro du contrat : 46558-171473/001/CY
Date initiale du contrat : 2016-07-07
Numéro de ROP : POR 017-16
Date de fin du travail sur le terrain : 3 août 2016

Préparé pour :
Agence du revenu du Canada

PRÉPARÉ PAR:
GROUPE ENVIRONICS RESEARCH

Octobre 2016

This document is also available in English.

Pour plus d'information sur le présent rapport :
media.relations@cra-arc.gc.ca

Table des matières

Résumé	i
Contexte et objectifs	i
Méthodologie	i
Coût des matériaux	iii
Principales constatations – phase qualitative : grand public	iv
Executive summary	vii
Background and objectives	vii
Methodology	vii
Cost of research.....	ix
Key findings – qualitative phase: General public.....	x
Political neutrality statement and contact information	xii
Introduction	13
Contexte	13
I. Constatations détaillées – phase qualitative : grand public	14
A. Impressions par rapport à l'Agence du revenu du Canada (ARC)	14
B. Enjeux et comportement actuels	17
C. Service à la clientèle reçu	19
D. Intégrité du régime fiscal	21
II. Constatations détaillées – phase qualitative : décideurs de PME et intermédiaires fiscaux	23
A. Impressions générales par rapport à l'ARC	23
B. Enjeux et comportement actuels et C. Déclarations de revenus soumises en ligne	26
D. Service de l'ARC.....	28
E. Réduire la paperasse	29
F. Intégrité du régime fiscal	31
ANNEXE A : MÉTHODOLOGIE	32
Annexe B : Méthodologie quantitative	34
Annexe C : Recruitment Screener (anglais et français)	38
Annexe D : Guides de discussion (français et anglais)	69

Résumé

Contexte et objectifs

L'Agence du revenu du Canada (ARC) a confié au groupe Environics Research le mandat de mener son exercice de recherche d'entreprise annuelle. Il s'agit d'évaluer un certain nombre de facteurs, dont la confiance et la satisfaction à son endroit, et contextualiser d'autres renseignements qui lui ont été fournis. L'ARC s'appuiera sur les constatations figurant au présent rapport pour rédiger le Rapport annuel au Parlement, mener des exercices de planification stratégique et réaliser une analyse de l'opinion publique à l'interne. Le rapport étayera par ailleurs d'autres initiatives d'établissement de rapports d'entreprise, notamment le Cadre de surveillance du Conseil de direction et les rapports annuels du commissaire à l'intention des gouvernements provinciaux et territoriaux.

Plus précisément, l'ARC souhaitait obtenir de l'information sur les sujets suivants :

- Perceptions générales de l'ARC;
- expérience de la production des déclarations de revenus;
- perceptions des contacts et des rapports avec l'ARC;
- moyens de communication.

Méthodologie

Phase qualitative

Environics Research a animé une série de 12 groupes de discussion constitués de membres du grand public, de décideurs de petites ou moyennes entreprises (PME) et d'intermédiaires fiscaux entre le 25 juillet et le 3 août 2016. Quatre séances ont été tenues dans chacune de ces villes : Toronto (région du Grand Toronto), Calgary et Montréal. À chaque endroit, on a tenu deux séances avec le grand public, une avec les décideurs de PME et une avec les intermédiaires fiscaux. Huit séances se sont déroulées en anglais et quatre, en français. Voici les dates, heures et lieux des séances :

Date et heure	Composition du groupe
25 juillet, 17 h 30 (HAE)	Revenu faible ou moyen – Mississauga, Ontario
25 juillet, 20 h (HAE)	Revenu élevé – Mississauga, Ontario
26 juillet, 17 h 30 (HAE)	Décideurs de PME – Toronto, Ontario
26 juillet, 19 h 30 (HAE)	Intermédiaires fiscaux – Toronto, Ontario
27 juillet, 17 h 30 (HNR)	Revenu faible ou moyen – Calgary, Alberta
27 juillet, 19 h 30 (HNR)	Revenu élevé – Calgary, Alberta
28 juillet, 17 h 30 (HNR)	Décideurs de PME – Calgary, Alberta
28 juillet, 19 h 30 (HNR)	Intermédiaires fiscaux – Calgary, Alberta
2 août, 17 h 30 (HAE)	Revenu faible ou moyen – Montréal, Québec
2 août, 19 h 30 (HAE)	Revenu élevé – Montréal, Québec
3 août, 17 h 30 (HAE)	Décideurs de PME – Montréal, Québec
3 août, 19 h 30 (HAE)	Intermédiaires fiscaux – Montréal, Québec

Les séances des groupes de discussion duraient environ 120 minutes. Celles avec le grand public réunissaient de 8 à 10 participants (10 personnes avaient été recrutées pour chaque groupe), tandis que celles avec les décideurs de PME et les intermédiaires fiscaux comptaient de 7 à 8 participants (8 personnes avaient été recrutées pour chaque groupe).

On a recruté les participants en utilisant la composition aléatoire et la base de données des Canadiens ayant accepté de participer à des groupes de discussion. Pour mener son travail de recherche qualitative, Environics Research a respecté toutes les normes applicables de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing et du gouvernement du Canada. La société a remis une compensation à chaque participant en guise de remerciement. Les membres du grand public ont donc reçu 100 \$, les décideurs de PME, 175 \$ et les intermédiaires fiscaux, 150 \$. Toutes les séances ont été enregistrées sur bande sonore et vidéo.

Énoncé des limites : La recherche qualitative jette un regard sur la diversité des opinions présentes au sein d'une population, plutôt que sur la pondération de ces opinions, ce que mesurerait une étude quantitative. Les résultats de ce type de recherche devraient être considérés comme étant indicatifs plutôt que comme permettant l'extrapolation.

Phase quantitative

Environics Research a réalisé un sondage téléphonique auprès de 1 600 résidents adultes du Canada, entre le 15 juillet et le 1^{er} août 2016. Un sondage de cette ampleur produit des résultats pouvant être considérés comme étant exacts selon une marge d'erreur de $\pm 2,45\%$, 19 fois sur 20. La marge d'erreur augmente pour certains sous-groupes de la population. Environics Research a stratifié l'échantillon par région afin de permettre une couverture significative des régions à faible densité démographique.

Région	Taille de l'échantillon :	Marge d'erreur :
Canada atlantique	175	$\pm 7,4$
Québec	375	$\pm 5,1$
Ontario	525	$\pm 4,3$
Prairies/T.N.-O./Nunavut	127	$\pm 8,7$
Alberta	198	$\pm 7,0$
C.-B./Yukon	200	$\pm 6,9$
CANADA	1 600	$\pm 2,45$

*Les marges d'erreur sont exprimées en pourcentage, selon un niveau de confiance de 95 %.

De plus, Environics Research a réalisé un sondage en ligne auprès de 300 décideurs de PME et de 300 intermédiaires fiscaux. Les sources suivantes ont été utilisées :

- Intermédiaire fiscal : Une personne qui travaille avec des clients de petites entreprises (moins de 100 employés) relativement à des questions liées à l'impôt ou à la paie.
- Décideur de PME : Une personne qui participe à la prise de décisions en lien avec l'impôt, la paie, la taxe sur les produits et services (TPS)/taxe de vente harmonisée (TVH) ou la tenue des comptes au sein d'une

PME (moins de 100 employés). Les titres de poste retenus étaient les suivants :

- Président, PDG ou propriétaire
- Directeur financier/contrôleur
- Comptable :
- Agent de la paye
- Gestionnaire
- Commis comptable
- Agent financier

Environics Research a obtenu l'échantillon d'entreprises auprès de nos partenaires de confiance, à savoir Vision Critical et Asking Canadians. Comme il s'agissait d'une enquête par panel en ligne, qui visait un échantillon non probabiliste, aucune marge d'erreur ne peut être appliquée aux résultats.

Coût des matériaux

Cette recherche s'est élevée à 158 040,70 \$ (TVH comprise).

Rapport

Le présent rapport contient un résumé des principales constatations et conclusions, puis une analyse détaillée des constatations des groupes de discussion. Quant aux annexes, elles fournissent des détails sur la méthodologie de recherche, le guide de recrutement et le guide de l'animateur. Les constatations découlant de la recherche quantitative sont présentées dans un document distinct. Est également présenté dans un document distinct un ensemble de « tableaux des bannières » détaillés qui fournissent les résultats pour toutes les questions par segment de population, selon les régions et les groupes démographiques définis.

Utilisation des constatations de la recherche L'ARC s'appuiera sur les constatations figurant au présent rapport pour rédiger le Rapport annuel au Parlement, mener des exercices de planification stratégique et réaliser une analyse de l'opinion publique à l'interne. Le rapport étayera par ailleurs d'autres initiatives d'établissement de rapports d'entreprise, notamment le Cadre de surveillance du Conseil de direction et les rapports annuels du commissaire à l'intention des gouvernements provinciaux et territoriaux.

Principales constatations – phase qualitative : grand public

Le grand public a des points de vue différents à l'égard de l'Agence, et ceux-ci sont principalement influencés par ses interactions avec l'ARC. Les personnes qui ont exprimé des impressions positives fondaient largement leur opinion sur la qualité du service à la clientèle. Cela indique que l'importance accordée récemment à cet aspect produira sans doute un effet positif sur les clients.

Les impressions négatives s'expliquent principalement par deux facteurs : les interactions personnelles avec l'ARC et l'attitude quant aux organismes gouvernementaux en général. Les gens ont fondé leur opinion sur le fait qu'ils n'obtenaient de l'information uniforme dans un délai satisfaisant ou lors de la communication initiale. En ce qui concerne les organismes gouvernementaux en général, le scepticisme visait l'ensemble du gouvernement de sorte que l'ARC n'était pas directement en cause.

Sans égard à l'opinion globale des participants relativement à l'ARC, certains domaines étaient généralement perçus de façon positive, ce qui indique qu'on a pu dégager des cas de réussite à partir de points de vue globaux. Parmi ces domaines, citons l'efficacité perçue du versement des remboursements d'impôt ainsi que l'important travail de transition vers les déclarations de revenus en ligne. La production par voie électronique et les services en ligne sont très couramment utilisés pour produire des déclarations de revenus et sont considérés comme étant une amélioration significative par rapport à la production en format papier. Les logiciels sont grandement appréciés puisqu'ils facilitent la préparation des déclarations de revenus. Même si les participants reconnaissent que l'ARC ne crée pas ces programmes, les effets positifs de ceux-ci influent sur l'opinion qu'ils ont de l'ARC.

Le service *Mon dossier* est un autre ajout en ligne qui s'avère positif. Environ la moitié des participants des groupes de discussion connaissaient ce service et ont exprimé des opinions positives à son égard. De nombreux participants ont dit aimer avoir la possibilité de consulter leurs dossiers d'impôt et avis d'imposition en un tour de main, sans avoir à communiquer avec l'ARC ou à éplucher de vieux dossiers.

En revanche, il existe des aspects qui, de l'avis de la grande majorité des participants, pourraient être améliorés, et ils sont principalement liés à l'accès aux services. Communiquer avec l'ARC par téléphone est l'irritant le plus fréquemment mentionné par les participants et celui auquel la majorité d'entre eux ont été le plus souvent confrontés. La majorité des participants disent qu'ils ont dû appeler à de multiples reprises avant d'être mis en attente pour parler à quelqu'un. Dans la plupart des cas, les participants sont capables de dissocier le service à la clientèle qu'ils reçoivent lorsqu'ils parlent à quelqu'un de la frustration qu'ils ressentent lorsqu'ils n'arrivent pas à joindre l'ARC. Cependant, il est clair d'après les constatations des séances qu'il s'agit d'un problème très répandu.

Une partie de ce problème peut être attribuable au besoin constant de communiquer avec l'ARC alors que l'information nécessaire se trouve sur le site Web. On a couramment mentionné qu'on se sert du site Web pour la collecte d'information initiale et qu'on appelle l'ARC par la suite afin de valider l'information trouvée, la seule exception étant la recherche d'un formulaire précis. Cela suggère que même si l'information peut être accessible et disponible sur le site Web de l'ARC, les utilisateurs sont incapables de se fier uniquement à elle. Il existe plutôt une nette préférence pour confirmer de nouveau l'information trouvée sur le site Web directement auprès de l'ARC.

En ce qui concerne le site Web de l'ARC, les participants ont souvent de la difficulté à y trouver l'information précise dont ils ont besoin. Bon nombre d'entre eux trouvent le site Web exhaustif, ce qui en soit crée quelques difficultés. Comme on l'a mentionné ci-dessus, la recherche de formulaires est une tâche courante qu'on peut

aisément réaliser sur le site Web de l'ARC. Cependant, la recherche de renseignements précis demande plus d'efforts. Par conséquent, de nombreuses personnes appellent l'ARC pour qu'elle réponde à leurs questions.

En général, les constatations découlant des séances avec le grand public étaient neutres ou positives. Les participants reconnaissent que l'ARC est relativement efficace et semble prêter une plus grande attention au service à la clientèle. Cependant, il existe des points d'irritation évidents en ce qui concerne la communication avec l'ARC de façon efficace pour avoir des réponses à ses questions.

Principales constatations – phase qualitative : décideurs de PME et intermédiaires fiscaux

En général, ces groupes ont exprimé des opinions partagées qui, encore une fois, concernaient les interactions avec l'ARC. Les décideurs de PME et les intermédiaires fiscaux ont aussi exprimé des opinions divergentes. Lors de ces séances, les décideurs de PME comme les intermédiaires fiscaux étaient plus aptes à exprimer des opinions favorables à l'endroit de l'ARC, sûrement en raison de l'augmentation des interactions avec celle-ci. Contrairement au grand public, ces deux groupes ont établi des comparaisons avec les autres organisations gouvernementales, ce qui a un effet positif sur l'ARC puisqu'ils considèrent qu'elle est plus efficace que ces organisations, une opinion exprimée principalement à Calgary et à Montréal.

Les **décideurs de PME**, par rapport aux intermédiaires fiscaux, sont un peu moins positifs dans leurs impressions au sujet de l'ARC. Certains sont d'avis qu'il est difficile de traiter avec l'ARC et la considèrent bagarreuse dans certaines instances. En revanche, d'autres décideurs de PME disent entretenir des interactions positives avec l'ARC, et il semble qu'ils se fondent sur ces interactions pour évaluer l'ARC dans son ensemble.

Les **intermédiaires fiscaux**, qui, de loin, interagissent le plus avec l'ARC, sont plutôt positifs dans leurs impressions au sujet de l'ARC, sous certaines réserves. Pour eux, il semble exister une compréhension que le régime fiscal en général est compliqué et exhaustif, et qu'il continue de prendre de l'expansion. Par conséquent, il subit des changements de façon régulière, ce qui fait qu'il est parfois difficile de se tenir à jour.

Les décideurs de PME comme les intermédiaires fiscaux sont pratiquement unanimes quant au fait que la transition de l'ARC vers un plus grand nombre de services en ligne a un effet positif et que ceux-ci constituent un domaine dans lequel l'ARC est efficace. Pour les intermédiaires fiscaux en particulier, les services en ligne les aident à mieux gérer leurs dossiers avec les clients et leur permettent d'accéder à de l'information facilement accessible sans qu'ils aient à communiquer avec l'ARC. Le formulaire RC59 et l'outil *Représenter un client* sont deux nouveaux ajouts de l'Agence qui sont couramment appréciés. Les outils *Mon dossier* et *Mon dossier d'entreprise* ont été très bien accueillis eux aussi, et leur utilisation donne généralement des impressions positives.

Cela dit, les décideurs de PME et les intermédiaires fiscaux souhaiteraient qu'on améliore l'accès à l'information et offre plus de services en ligne. Les formulaires de versement en particulier représentent un point d'irritation, et la majorité des intermédiaires fiscaux aimeraient pouvoir les obtenir en ligne.

Les participants des deux publics ont signalé deux éléments clés en lien avec le service à la clientèle qui, de leur avis, devraient être améliorés par l'ARC. Le premier de ces éléments est l'uniformité dans l'information qu'elle lui fournit. Plusieurs participants ont fourni des exemples où l'information qui leur a été fournie par les centres d'appels de l'ARC n'était pas uniforme, ce qui dépendait grandement de la personne avec qui ils discutaient. Même s'ils ont constaté quelques efforts menés à cet égard, cet élément devrait toujours être amélioré par

l'Agence. De plus, comme c'est le cas avec le grand public, l'entrée en contact avec un représentant de l'ARC continue de constituer un problème majeur, surtout pour les intermédiaires fiscaux. Ce sont eux qui interagissent le plus activement avec l'ARC et qui prennent le plus rapidement connaissance des changements perçus apportés au niveau des services.

Le processus de vérification pose lui aussi quelques problèmes pour les décideurs de PME et les intermédiaires fiscaux, et ce, sur le plan du processus lui-même. Bien qu'ils reconnaissent que les vérifications « font partie du régime », ils ont l'impression que les vérificateurs ne sont pas toujours affectés à des entreprises avec lesquelles ils concordent, ce qui crée un sentiment que les vérificateurs ne sont pas aussi compétents qu'ils devraient l'être. De plus, l'avis général est que le processus lui-même est long et laborieux, en raison du manque perçu de pouvoir décisionnel que les vérificateurs peuvent exercer sur place. Par conséquent, les participants considèrent ce problème comme étant un point d'irritation.

Executive summary

Background and objectives

Environics Research Group was commissioned by the Canada Revenue Agency (CRA) to conduct its Annual Corporate Research. This research is used by the CRA to gauge a number of factors, including trust and satisfaction with the CRA, and contextualize other information received by the CRA. The findings from this research will be used for CRA's Annual Report to Parliament, strategic planning exercises, and internal analysis of public opinion. In addition, the research will be used for other corporate reporting initiatives, including the Board of Management Oversight Framework, the Commissioner's Annual Reports to the Governments of the Provinces and Territories, among others.

Specifically, the objectives of the research were to gain insight into the following areas:

- Overall perceptions of the CRA;
- Experience with income tax filing;
- Perceptions of contacts and dealings with the CRA; and
- Methods of contact.

Methodology

Qualitative phase

Environics Research conducted a series of 12 focus groups with members of the general population, small and medium businesses, and tax intermediaries between July 25 and August 3, 2016. Four sessions were conducted in each of Toronto/GTA, Calgary, and Montreal. In each community two sessions were conducted with the general population, one session with SME decision-makers and one session with tax intermediaries. Eight sessions were conducted in English and four sessions were conducted in French. The sessions were distributed as follows:

Date and time	Group Composition
July 25, 5:30 p.m. EDT	Low/Middle income – Mississauga, Ontario
July 25, 8:00 p.m. EDT	Higher income – Mississauga, Ontario
July 26, 5:30 p.m. EDT	SME decision-makers – Toronto, Ontario
July 26, 7:30 p.m. EDT	Tax intermediaries – Toronto, Ontario
July 27, 5:30 p.m. MT	Low/Middle income – Calgary, Alberta
July 27, 7:30 p.m. MT	Higher income – Calgary, Alberta
July 28, 5:30 p.m. MT	SME decision-makers – Calgary, Alberta
July 28, 7:30 p.m. MT	Tax intermediaries – Calgary, Alberta
August 2, 5:30 p.m. EDT	Low/Middle income – Montreal, Quebec
August 2, 7:30 p.m. EDT	Higher income – Montreal, Quebec
August 3, 5:30 p.m. EDT	SME decision-makers – Montreal, Quebec
August 3, 7:30 p.m. EDT	Tax intermediaries – Montreal, Quebec

The groups lasted approximately 120 minutes, and consisted of between 8 and 10 participants (out of 10 people recruited for each group) for the general population sessions and 7 to 8 participants (out of 8 people recruited for each group) for the business and tax intermediary groups.

Participants were recruited using a mix of Random Digit Dialling and databases of Canadians who have agreed to be contacted to participate in focus groups. All MRIA and Government of Canada standards for conducting qualitative research were adhered to. Each participant received an incentive as a token of appreciation for their time. The general population incentive was \$100, SME decision-makers received \$175 and tax intermediaries received \$150. All sessions were audio and video-taped.

Statement of limitations: Qualitative research provides insight into the range of opinions held within a population, rather than the weights of the opinions held, as would be measured in a quantitative study. The results of this type of research should be viewed as indicative rather than projectable.

Quantitative phase

Environics conducted a telephone survey with 1,600 adult residents of Canada, from July 15 – August 1, 2016. A survey of this size will yield results which can be considered accurate to within +/- 2.45 percentage points, 19 times out of 20. Margins of error are larger for subgroups of the population. The sample was stratified by region to allow for meaningful coverage of lower population areas:

Region	Sample Size	Margin of error*
Atlantic Canada	175	+/- 7.4
Quebec	375	+/- 5.1
Ontario	525	+/- 4.3
Prairies/NWT/Nunavut	127	+/- 8.7
Alberta	198	+/- 7.0
B.C./Yukon	200	+/- 6.9
CANADA	1,600	+/- 2.45

* In percentage points, at the 95% confidence level

In addition, Environics conducted an online survey with 300 decision-makers at small to medium enterprises and 300 tax intermediaries. The following definitions were used:

- Tax intermediary: A person who works with small business clients (<100 employees) on tax-related or payroll matters
- SMB: A decision-maker or involved in decisions on tax related matters, payroll, GST/HST preparation, or bookkeeping at small to medium businesses (<100 employees). Acceptable job titles included:
 - President/CEO/Owner
 - CFO/Comptroller
 - Accountant
 - Payroll Manager/Officer
 - Manager

- Bookkeeper
- Financial Officer

Environics obtained the business sample from our trusted partners, Vision Critical and Asking Canadians. As this was an online panel survey, which is a non-probability sample, no margin of error can be applied to the results.

Cost of research

The cost of this research was \$158,040.70 (HST included).

Report

This report begins with an executive summary outlining key findings and conclusions, followed by a detailed analysis of the focus group findings. Detail on the research methodology, recruitment guide and moderator's guide are included in the appendices. The findings from the quantitative research are provided under separate cover. Also provided under a separate cover is a detailed set of "banner tables" presenting the results for all questions by population segments as defined by region and demographics.

Use of findings of the research. The findings from this research will be used in the CRA's Annual Report to Parliament, for strategic planning exercises, and for internal analysis of public opinion. In addition, the research will be used for other corporate reporting, including the Board of Management Oversight Framework, the Commissioner's Annual Reports to the Governments of the Provinces and Territories, among others.

Key findings – qualitative phase: General public

The findings with the general public suggest that there are varying views about the Agency that are primarily influenced by their personal interactions with the CRA. Those with positive impressions were largely basing them on positive customer service experiences they have had with staff at the Agency. This indicates that the recent focus on customer service is likely having a positive effect on clients.

Negative impressions are predominantly influenced by two factors: personal interactions with the CRA and with impressions about government agencies in general. Opinions involving personal interactions with the CRA relate to not receiving information in a satisfactory timeframe, within the first contact, or that is consistent. Those with negative impressions on government agencies in general, seems to involve scepticism of government in general and therefore opinions of the CRA are grouped with all other “government”-type organizations.

Irrespective of participants’ overarching opinion about the CRA, there are areas that are widely viewed positively, indicating that they are able to parse out specific executional successes from overarching views of the Agency. These areas included the perceived efficiency in distributing tax refunds in a timely manner as well as significant transition to online tax filings. Experiences with online filing and services are very commonly used to file income taxes and are considered to be a significant improvement from paper-based filing experiences. Software programs are widely praised as making income tax filings easier. While participants recognize that the CRA does not create these programs, the positive effects are applied to impressions of the CRA.

Another positive online addition is the MyAccount service. About half in the sessions are aware of this service and impressions are positive. Many appreciated the ability to review their tax records and notices at the tip of their hands, without having to contact the CRA or dig through old files.

By contrast, there are areas with opportunity for improvements that are generally seen among participants, primarily relating to accessing customer service. Reaching the CRA by telephone is the most significant pain point raised by participants and one that was experienced by many. A majority claim that they have to call multiple times before reaching the queue to eventually speak to someone. For the most part, participants are able to separate out their impressions of the customer service they receive when speaking with someone versus their frustration with trying to reach the CRA. However, it was clear from the sessions that this is a widely experienced issue.

Part of this may be the continued reliance on contacting the CRA even when information is found on the website. It was commonly expressed that the website is used as an initial information gathering stage with a follow-up call to confirm the information that was found, with the only exception to this was when searching for a specific form. This suggests that while the information may be accessible and available on the CRA’s website, it appears that users are not comfortable relying solely on it. Rather, there is a clear preference to re-confirm with someone directly at the CRA.

Relating to the CRA website, there is also often difficulties in finding specific information. Many find the website comprehensive which in itself creates some challenges. As noted above, searching for forms is a common task that is easily completed at the CRA’s website. However, seeking specific information requires more effort. As a result, many call the CRA to have their question answered.

Overall, the findings from the general public sessions were neutral to positive. Participants recognize that the CRA is relatively efficient and seems to be more customer-service orientated. However, there are some clear pain points with reaching the CRA in an efficient way to have questions answered.

Key findings – qualitative phase: Business and tax intermediary

Overall impressions from these audiences are mixed, and again, are based on interactions with the CRA. Opinions also varied between businesses and tax intermediaries. Both SMEs and tax intermediaries in these sessions were more apt to have stronger opinions about the CRA and likely due to the increased interactions with the Agency. Unique to these two groups is the comparisons made to other government organizations, which has a positive effect for the CRA in that CRA was seen to be performing better than departments, particularly in Calgary and Montreal.

Businesses in the sessions were somewhat less positive in their impressions of the CRA in comparison to tax intermediaries. Some find the Agency difficult to deal with and considered them adversarial in some instances. By contrast, other businesses appear to have positive interactions which is the lens through which they evaluate the CRA as a whole.

Tax intermediaries by far have the most interaction with the CRA and are somewhat positive in their impressions of the CRA, with some caveats. For them, there appears to be an understanding that the tax system in general is complicated, expansive, and continues to grow. As a result, things change on a regular basis which can sometimes be difficult to keep up to date.

Both businesses and tax intermediaries are virtually unanimous in their view that the CRA's transition to more online services has been positive and an area that the Agency performs well in. For tax intermediaries in particular, it has helped them better manage their files with clients and provided information that is readily available, without contacting the CRA. The RC59 and "represent a client" are commonly lauded as positive introductions made by the Agency. MyAccount and MyBusinessAccount were also very well received and generally used with positive impressions.

Having said that, there is a willingness to have more access to information and services online than what is currently available. Obtaining remittance forms in particular is a pain point and an area that a majority of the intermediaries would like to have access to online.

For these two audiences, there were two key points of consideration relating to customer service where they feel the CRA can improve upon. The first is the consistency in the information provided to them. A number cite examples where information relayed from the CRA call centres is not consistent and largely depends on who they speak to. While they have seen some efforts in this regard, it continues to be an area of opportunity for the Agency. As well, like the general public, easily reaching a CRA representative continues to be a significant challenge for intermediaries in particular. This unique audience is the most actively engaged with the CRA and is acutely aware of any perceived changes in service level.

The auditing process also poses some challenges for these audiences in terms of the process. While they recognize that audits are "part of the system", there is an impression that the auditors are not always properly matched to the business they are auditing, leading to a feeling that the auditor is not as knowledgeable as expected. Moreover, it is widely viewed that the process itself is long and arduous, due to the perceived lack of decision-making ability on-site. As a result, this was raised as pain point for those in the sessions.

Political neutrality statement and contact information

I hereby certify as a Senior Officer of Environics Research Group that the deliverables fully comply with the Government of Canada political neutrality requirements outlined in the Communications Policy of the Government of Canada and Procedures for Planning and Contracting Public Opinion Research. Specifically, the deliverables do not contain any reference to electoral voting intentions, political party preferences, standings with the electorate, or ratings of the performance of a political party or its leader.

Megan Tam
Vice President, Public Affairs
Environics Research Group
megan.tam@environics.ca
(613) 699-8905

Supplier name: Environics Research Group

PWGSC contract number: 46558-171473/001/CY

Original contract date: 2016-07-07

For more information, contact Canada Revenue Agency at media.relations@cra-arc.gc.ca

Introduction

Le groupe Environics Research est heureux de remettre le présent rapport à l'ARC, lequel met en évidence les constatations découlant de la recherche d'entreprise annuelle. Il s'agit d'évaluer un certain nombre de facteurs, dont la confiance et la satisfaction à son endroit, et contextualiser d'autres renseignements qui lui ont été fournis. Les constatations du présent rapport de recherche seront utilisées pour rédiger le Rapport annuel au Parlement de l'ARC, mener des exercices de planification stratégique et réaliser à l'interne une analyse de l'opinion publique. Le rapport étayera par ailleurs d'autres initiatives d'établissement de rapports d'entreprise, notamment le Cadre de surveillance du Conseil de direction et les rapports annuels du commissaire à l'intention des gouvernements provinciaux et territoriaux.

Plus précisément, l'ARC souhaitait obtenir de l'information sur les sujets suivants :

- Perceptions générales de l'ARC;
- expérience de la production des déclarations de revenus;
- perceptions des contacts et des rapports avec l'ARC;
- moyens de communication.

Contexte

Instaurée en 2005, la recherche d'entreprise annuelle de l'ARC permet de sonder l'opinion publique dans le but d'étayer la planification stratégique et la production de rapports ainsi que d'adapter les communications aux entreprises. En 2011, l'ARC a révisé sa structure en vue d'y ajouter un sondage principal mené annuellement avec des modules et des groupes de discussion en rotation chaque année, et visant des publics cibles étendus. Les itérations de 2013 et de 2016 comportaient toutes deux le module axé sur le service.

Le travail de recherche prévoyait un sondage téléphonique quantitatif mené auprès de 1 600 Canadiens adultes, un sondage en ligne quantitatif mené auprès de 300 intermédiaires fiscaux et de 300 PME, ainsi que des groupes de discussion en personne avec ces trois publics. Le présent rapport porte principalement sur les constatations découlant de la recherche qualitative; celles découlant des sondages sont présentées dans un document distinct.

I. Constatations détaillées – phase qualitative : grand public

A. Impressions par rapport à l'Agence du revenu du Canada (ARC)¹

Les impressions générales au sujet de l'ARC étaient partagées et variaient en fonction de la ville; le passage aux services en ligne était largement perçu comme une étape positive pour l'Agence.

Au début de chaque séance, on demandait aux participants de donner leurs impressions générales au sujet du régime fiscal du Canada. Les participants en mesure d'exprimer une opinion mentionnaient généralement la complexité du régime fiscal et, dans une moindre mesure, le montant des impôts versés. Ceux ayant mentionné que le régime fiscal est compliqué ont affirmé qu'ils ont de la difficulté à comprendre tous les avantages et crédits d'impôt disponibles. Ceux étant d'avis que les impôts à verser sont trop élevés ont généralement l'impression qu'ils supportent le fardeau fiscal le plus lourd, c'est-à-dire qu'ils versent plus que ce qu'ils considèrent comme étant leur juste part d'impôts. Un petit nombre de participants ont comparé les impôts canadiens à ceux d'autres pays prévoyant des taux d'imposition plus faibles, dont quelques états américains, indiquant qu'en fixant des taux d'imposition plus élevés, le Canada peut offrir plus de services à ses citoyens, notamment sur le plan des infrastructures et de la santé. En général, les impôts sont perçus comme nécessaires à l'obtention de ces services. Certains participants ont eu de la difficulté à articuler leurs impressions au sujet du régime fiscal et ont immédiatement donné leur opinion sur l'ARC.

En général, les impressions au sujet de l'ARC étaient partagées, variaient en fonction de l'endroit et étaient influencées par les expériences de chacun avec l'organisation. Les participants de Mississauga ont pour la plupart exprimé des opinions positives à l'égard de l'ARC. Pour eux, les interactions positives avec l'ARC servaient de fondement à leurs opinions. En règle générale, ils avaient l'impression que leurs interactions avec l'ARC étaient utiles et produisaient des résultats satisfaisants de manière efficiente. D'autres participants ont mentionné que le passage aux services en ligne constitue une étape positive pour l'ARC, ce qui a une incidence positive sur leurs impressions générales au sujet de l'organisation.

Les participants de Montréal se sont montrés eux aussi plus positifs à l'endroit de l'ARC. Ils établissaient souvent des comparaisons avec Revenu Québec, une organisation avec laquelle il est selon eux plus difficile de traiter. Par conséquent, lorsqu'on compare les deux organisations, l'ARC est généralement perçue de manière plus positive.

Les participants de Calgary ont exprimé plus de scepticisme à l'endroit de l'ARC. Ceux qui ont exprimé des impressions négatives axaient grandement leur discours sur l'organisation en général au lieu d'aspects précis de la prestation de services. Certains avaient l'impression que l'ARC consacre trop d'efforts aux plus petites entreprises au détriment des grandes entreprises, qui selon eux comportent un plus grand risque de ne pas verser leur juste part d'impôts. Une faible minorité a exprimé une opinion plus neutre puisqu'elle n'avait pas de « reproche » à faire à l'ARC, mais elle avait peu de commentaires positifs à formuler à son endroit. Ce point de vue semblait exprimer un scepticisme généralisé à l'encontre du gouvernement en général, dans lequel l'ARC a été groupée.

Les participants considèrent que l'ARC est efficace dans plusieurs domaines, mais bon nombre d'entre eux ont souligné des points à améliorer. Comme le montre le tableau ci-dessous, la production de déclarations en ligne

¹ Les séances avec les groupes de discussion ont eu lieu peu après l'introduction de la prestation fiscale canadienne pour enfants, qui pourrait avoir eu une influence sur les perceptions générales au sujet de l'ARC.

et le portail *Mon dossier* sont perçus comme étant des domaines où l'ARC est efficace. D'autres participants ont souligné le délai de traitement des déclarations, ainsi que la rigueur dont l'ARC fait preuve dans l'examen des déclarations. Dans presque tous les groupes, un participant a dit avoir reçu un crédit d'impôt plus élevé après que l'Agence eut examiné l'intégralité de son dossier.

Certains participants ont indiqué que les communications constituent un domaine dans lequel l'ARC est efficace, mais d'autres jugeaient qu'il faudrait les améliorer. Les participants qui étaient d'avis que l'organisation se porte bien avaient l'impression qu'elle communique bien avec les Canadiens, surtout pendant la période des impôts. En revanche, certains étaient d'avis que l'ARC ne communique pas suffisamment avec les Canadiens en ce qui concerne les crédits d'impôt et les autres avantages auxquels ils sont admissibles.

Un point à améliorer que les participants de toutes les séances ont soulevé était la capacité à communiquer avec l'ARC par téléphone. Dans de nombreux cas, des participants ont exprimé de la frustration quant au fait qu'ils avaient de la difficulté à joindre quelqu'un lorsqu'ils téléphonaient à l'Agence. En effet, on a souvent entendu des phrases du genre « ils sont très compétents... une fois qu'on arrive à leur parler ».

Points satisfaisants	Points à améliorer
<ul style="list-style-type: none"> • Production de déclarations de revenus en ligne; TED 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacité à communiquer avec l'ARC par téléphone
<ul style="list-style-type: none"> • Service <i>Mon dossier</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Clarification quant aux services offerts
<ul style="list-style-type: none"> • Amélioration du service à la clientèle 	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation du site Web
<ul style="list-style-type: none"> • Traitement des déclarations de revenus en temps opportun 	<ul style="list-style-type: none"> • Uniformité de l'information fournie
<ul style="list-style-type: none"> • Rapidité du traitement des remboursements 	<ul style="list-style-type: none"> • Communication avec les contribuables au sujet de leur rôle
<ul style="list-style-type: none"> • Contre-vérification des déclarations et correction des erreurs – même si cela s'avère bénéfique pour le déclarant 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre élevé de services – difficulté à savoir à qui s'adresser
<ul style="list-style-type: none"> • Résolution des problèmes en temps opportun 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacité à recevoir le crédit de TPS en ligne

Au cours de certaines séances, on a demandé aux participants d'exprimer des mots décrivant l'ARC. L'animateur a lu certains mots afin de susciter des réactions. Dans de nombreux cas, les participants étaient d'avis que ces mots décrivaient l'ARC et une majorité d'entre eux se sont basés sur leur propre expérience avec l'organisation pour valider leurs opinions. Les participants de Calgary étaient un peu moins loquaces quant à leurs opinions sur ces attributs.

- Intégrité
- Confiance
- Efficience
- Organisation/coordination
- Uniformité
- Honnêteté
- Respect
- Équité;

De nombreux participants ont formulé des opinions positives au sujet de l'ARC en se servant de ces mots, étant d'avis que ceux-ci décrivaient l'ARC de manière générale. En particulier, le mot « efficience » a été associé à la distribution des paiements et au traitement des remboursements, largement perçus comme des processus efficaces. De nombreux participants ont souligné que l'accent mis sur les services en ligne permettait d'accroître cette efficience. En ce qui concerne l'honnêteté, certains ont décrit des situations où l'ARC avait corrigé des erreurs ou des omissions commises par le contribuable dans une déclaration et où le remboursement avait été rajusté à la hausse.

Dans de nombreux cas, les participants donnaient à l'ARC le bénéfice du doute pour déterminer si ces attributs décrivaient l'organisation. Par exemple, même s'ils n'avaient pas d'expérience directe avec la coordination, la confiance et l'intégrité de l'ARC, par défaut, la majorité des participants considéraient que l'organisation appliquait ces valeurs dans le cadre de ses activités.

B. Enjeux et comportement actuels

La majorité des participants produisent leurs déclarations de revenus en ligne et beaucoup reçoivent de l'aide pour le faire. Les participants demandent de l'aide pour une multitude de raisons, par exemple pour tirer profit de l'expertise des spécialistes de l'ARC et développer un sentiment de sécurité général. Le site Web est jugé utile pour obtenir des formulaires précis, mais moins pour trouver des réponses à des questions précises.

On a demandé aux participants de décrire le processus qu'ils appliquent pour produire leurs déclarations de revenus, plus précisément la méthode employée, l'aide reçue (le cas échéant) et leur expérience en général.

Tous les participants des séances ont affirmé avoir produit leurs déclarations de revenus de 2015, et la grande majorité d'entre eux l'ont produite à l'aide d'un logiciel et l'ont soumise en ligne. La majorité des participants ont dit avoir reçu de l'aide pour préparer leurs déclarations. Ils ont obtenu cette aide auprès de deux sources :

1. **Membre de la famille.** Certains participants ont indiqué qu'un frère, une sœur, un conjoint ou un parent a préparé leurs déclarations pour eux. La principale raison était qu'ils croyaient que cette personne s'y connaissait plus au sujet de la production de déclarations de revenus et qu'elle le ferait comme il se doit. Les participants plus jeunes en particulier confiaient à leurs parents la préparation de leurs déclarations de revenus.
2. **Préparateur de déclarations de revenus.** La majorité des participants confiaient cette tâche à un préparateur de déclarations de revenus professionnel. Ils ont cité plusieurs raisons pour justifier le recours à un professionnel :
 - a. **Facilité** : Certains participants étaient d'avis qu'il est plus facile de confier sa déclaration de revenus à un fiscaliste lorsqu'on n'a simplement pas envie de la produire soi-même.
 - b. **Efficience** : D'autres étaient d'avis qu'il est plus efficace de confier la production de la déclaration de revenus à quelqu'un d'autre. Selon ces participants, cette manière de procéder permet d'économiser du temps puisque produire soi-même sa déclaration exige de nombreuses heures de travail.
 - c. **Sécurité** : Les participants de ce groupe se sentaient plus en sécurité en confiant leurs déclarations de revenus à un préparateur, car ils étaient convaincus que celui-ci leur permettrait de recevoir la totalité des prestations et des crédits auxquels ils étaient admissibles. Essentiellement, ils étaient d'avis qu'ils pouvaient omettre des prestations ou des crédits s'ils préparaient eux-mêmes leurs déclarations.
 - d. **Conseils d'expert** : Certains participants avaient l'impression que le niveau d'expertise offert par un préparateur de déclarations de revenus représentait un bon rapport qualité-prix puisqu'il leur permettrait d'optimiser toutes les déductions possibles. Un très petit nombre de participants se fiaient également au préparateur de déclarations de revenus pour limiter le risque d'avoir à subir une vérification.

Bon nombre des participants ayant préparé eux-mêmes leurs déclarations étaient d'avis que les différents logiciels d'impôts offerts sur le marché et le processus de production de déclaration en ligne étaient faciles à utiliser et représentaient une nette amélioration par rapport à la production de déclarations sur papier. Ils appréciaient le fait que divers logiciels d'impôt leur permettaient d'essayer différents scénarios et leur indiquaient lorsque des crédits d'impôt ou des prestations s'offraient à eux. Bien que de nombreux participants étaient conscients qu'ils n'avaient pas été mis au point par l'ARC, ces logiciels ont eu une incidence sur la facilité de production des déclarations de revenus. En effet, de nombreux participants étaient d'avis qu'il était

désormais plus facile de produire ses déclarations de revenus. Aucun participant n'a indiqué que le processus était devenu plus compliqué. Même si pratiquement tous les participants ont produit leurs déclarations en ligne, quelques-uns d'entre eux se sont procuré le Guide. Pour ces personnes, le but était de se tenir à jour quant aux changements apportés. Quelques personnes ont indiqué qu'elles se servaient du Guide comme référence lorsqu'elles produisaient leurs déclarations de revenus avec un logiciel d'impôt.

Parmi tous les groupes de discussion, il y avait un petit groupe de participants qui continuaient de produire leurs déclarations sur papier et qui n'avaient pas l'intention de passer au service en ligne. Pour cette petite minorité, la déclaration de revenus sur papier procure un sentiment d'accomplissement une fois que celle-ci est produite. Quelques participants de ce groupe portaient un regard sceptique sur la technologie en général et, par conséquent, se sentaient plus en confiance lorsqu'ils préparaient leurs déclarations sur papier.

Mon dossier

Les participants étaient plus ou moins au courant de l'existence du portail *Mon dossier* de l'ARC; environ la moitié d'entre eux en avait entendu parler et environ la même proportion l'avait déjà utilisé. Il n'y avait qu'à Mississauga qu'une proportion plus faible de participants en avaient entendu parler ou l'avaient utilisé. Les participants possédant un compte avaient une impression plutôt positive au sujet du portail. Les utilisateurs du portail appréciaient l'information fournie dans leur espace personnel et considéraient que le portail était facile à utiliser pour la consulter à titre de référence. Certains ont demandé si leur compte *Mon dossier* était lié à leur compte *Mon dossier Service Canada*. Lorsqu'on leur a posé la question, ils ont répondu qu'il serait utile de créer un lien entre ces deux services.

Le processus d'authentification était perçu comme étant laborieux, mais certains participants ont indiqué qu'ils l'appréciaient. Certains ont affirmé qu'il est tellement difficile de s'authentifier que cela leur procure un sentiment de sécurité. D'autres ont exprimé de la frustration quant aux mots de passe à mémoriser. Les participants du Québec se sont montrés critiques à l'encontre du processus d'authentification. Cependant, il semble qu'ils aient pu confondre le portail *Mon dossier* de l'ARC avec celui de Revenu Québec, aussi appelé *Mon dossier*. Par conséquent, les commentaires qu'ils ont formulés pourraient en fait viser le portail de Revenu Québec en plus de celui de l'ARC.

Site Web et outils en ligne

En règle générale, peu de personnes se rendent sur le site Web de l'ARC au début de leurs recherches. À la place, elles commencent par utiliser Google et finissent par arriver sur la page du site de l'ARC où l'information se trouve.

La plupart des participants ont visité le site Web de l'ARC au cours de la dernière année et leurs opinions à son sujet sont partagées. Ceux qui en avaient une bonne opinion étaient d'avis que l'information y était bien organisée et qu'ils étaient en mesure d'y trouver ce qu'ils cherchaient. Dans ces cas-là, les participants cherchaient généralement des formulaires, considérés comme étant faciles à trouver. D'autres considèrent qu'il est difficile de naviguer sur le site Web, où ils trouvent rarement l'information dont ils ont besoin. C'était plus souvent le cas lorsqu'ils y cherchaient des renseignements fiscaux précis, plutôt que des formulaires. Dans ces cas-là, la plupart ont dit qu'ils appelaient l'ARC pour qu'on réponde à leurs questions.

Certains participants ont suggéré d'améliorer la navigation sur le site Web en l'organisant par questions fréquentes. Par exemple, en créant des en-têtes en lien avec les étapes de la vie, comme « Avez-vous des enfants de moins de 18 ans? », « Prenez-vous soin d'un membre de la famille qui est une personne âgée? » ou « Étudiez-vous à l'université? ». Ils étaient d'avis que ce type d'organisation pourrait les orienter vers les types de renseignements pouvant s'avérer utiles pour ces groupes de personnes. Même s'ils reconnaissent qu'il pourrait y avoir de nombreuses de circonstances uniques, ils ont proposé de sélectionner seulement les situations les plus courantes.

Certains participants étaient pragmatiques dans leur évaluation du site Web. Ils reconnaissaient que le régime fiscal est complexe de prime abord. Par conséquent, ils croyaient qu'il serait difficile d'épurer une vaste quantité d'information pour obtenir un site Web convivial. Par conséquent, ils s'attendaient presque à ce que le site Web soit chargé de texte et difficile à lire ou à parcourir.

De nombreux participants ont déclaré qu'ils appelaient l'ARC même s'ils trouvaient l'information voulue sur le site Web. D'autres discussions ont révélé qu'ils ne savaient pas si l'information sur le site Web était à jour. Par conséquent, les types d'information recherchés étaient suffisamment importants pour qu'ils souhaitent les confirmer par téléphone. Cela suggère que même si le site Web peut fournir l'information recherchée, les participants ont tendance à valider celle-ci.

L'animateur a demandé de nommer d'autres outils en ligne utilisés, et très peu de participants ont été en mesure de nommer tout autre outil fourni par l'ARC. À ce moment, très peu de participants connaissaient l'existence de l'application mobile de l'ARC; une seule personne parmi tous les groupes de discussion l'avait téléchargée. En règle générale, les participants aux séances ont exprimé très peu d'intérêt pour une application mobile d'ordre fiscal.

C. Service à la clientèle reçu

Dans l'ensemble, les participants ont formulé des commentaires élogieux à l'endroit du personnel du service à la clientèle de l'ARC. La principale difficulté rencontrée était la capacité à joindre un employé de l'ARC par téléphone.

Les participants ont communiqué avec l'ARC pour différentes raisons, notamment pour :

1. poser des questions en lien avec les biens immobiliers;
2. modifier leur adresse;
3. poser des questions au sujet de leur avis de cotisation;
4. poser des questions au sujet des montants de pension;
5. obtenir de l'information sur la prestation fiscale canadienne pour enfants.

La vaste majorité des participants ont dit éprouver de la difficulté à communiquer avec l'ARC par téléphone. Bon nombre d'entre eux ont raconté des anecdotes où ils avaient été mis en attente avant qu'on leur réponde. Plusieurs personnes ont affirmé qu'elles devaient appeler à de multiples reprises avant qu'on les mette en attente : elles entendaient un signal d'occupation, raccrochaient, puis tentaient de nouveau d'appeler l'ARC.

Pour les participants, il s'agissait de l'expérience la plus frustrante et la plus fréquente vécue avec le service à la clientèle en général.

Les perceptions globales au sujet du service à la clientèle reçu lorsqu'on tentait de communiquer avec l'ARC (pour des questions autres que fiscales) étaient plutôt positives. En général, les participants étaient satisfaits de leurs interactions avec le personnel de l'ARC. De nombreux participants ont fait des compliments sur ses aptitudes interpersonnelles et avaient l'impression qu'il souhaitait véritablement l'aider à trouver des réponses à leurs questions ou à résoudre leurs problèmes. Certains participants avaient l'impression que la personne avec qui ils ont parlé a fait « plus que le nécessaire ». Les personnes de ce groupe ont raconté des anecdotes où des membres du personnel demeuraient au téléphone afin de les aider à naviguer sur le site Web pour trouver le bon formulaire. D'autres participants étaient d'avis que le personnel souhaitait véritablement les aider à résoudre leurs problèmes ou à obtenir des réponses à leurs questions. Certains avaient l'impression que les membres du personnel adoptaient un ton et une attitude aimables et authentiques en général. Pour l'essentiel, de nombreux participants ont affirmé que leur interaction avec le personnel de l'ARC avait permis de résoudre leur problème ou de répondre à leur question.

Cela dit, il y avait des cas où des participants avaient des opinions plus tempérées à l'égard du service à la clientèle qu'ils avaient reçu de l'ARC. L'uniformité de l'information et la non-résolution du problème étaient les deux principaux facteurs de leur insatisfaction à l'encontre du service reçu de l'ARC. Certains de ces participants ont exprimé du mécontentement quant au fait d'avoir à communiquer avec l'ARC à de multiples reprises pour qu'on réponde à leurs questions. D'autres trouvaient que l'information qui leur avait été fournie variait en fonction de l'opérateur ou de la source d'information, et certains ont mentionné qu'ils appelaient sciemment l'ARC une ou deux fois de plus dans le but de confirmer l'information qui leur a été initialement fournie. Par conséquent, ils avaient de la difficulté à déterminer quelle était l'information correcte.

En général, les participants avaient l'impression que l'ARC est et vise à être axée sur la clientèle. De nombreux participants ont raconté des anecdotes d'interactions avec l'ARC afin de valider cette impression. Quelques participants ont aussi souligné que certains agents avec qui ils ont discuté leur communiquaient leur numéro d'identification. Ces participants appréciaient cette façon de procéder, car ils estimaient que cela imposait un devoir de responsabilité additionnel à ces agents.

On a demandé à tous les participants de décrire comment ils souhaitaient recevoir l'information de la part de l'ARC. La majorité d'entre eux ont indiqué qu'ils aimeraient continuer de recevoir de l'information personnelle par la poste. Ils ont l'impression que l'information envoyée par la poste est plus officielle et importante que celle envoyée par courriel. On a exprimé quelques préoccupations quant au fait qu'il pouvait arriver d'ignorer ou de supprimer accidentellement un courriel de l'ARC. Quelques participants ont souligné l'utilisation faite actuellement du portail *Mon dossier* pour aviser les utilisateurs qu'un message leur avait été envoyé et qu'ils devaient ouvrir une session pour le lire.

Certains participants aimeraient que l'ARC leur envoie des renseignements généraux par courriel; cependant, très peu de participants de aimeraient recevoir des renseignements fiscaux personnalisés et détaillés de cette manière.

D. Intégrité du régime fiscal

De nombreux participants sont d'avis qu'un segment de la population ne paie pas sa juste part d'impôts. Ils craignent que cette situation fasse augmenter leurs impôts et que cela réduise le financement disponible pour les programmes, notamment ceux de services de santé.

La dernière partie de la discussion était axée sur l'intégrité du régime fiscal, l'économie clandestine et le rôle que l'ARC peut jouer dans la perception des impôts dus.

Certains participants avaient de la difficulté à saisir le concept de « payer sa juste part d'impôts ». On avait tendance à tenter de définir ce qui constituait cette « juste part ». Cela dit, de nombreux participants étaient d'avis que leur cercle d'amis ou de connaissances payait des impôts d'un montant juste. Au cours de chaque séance, on s'est servi de KPMG et de Panama Papers à titre d'exemples de sociétés qui ne payaient pas leur juste part, et indiqué que l'ARC devrait concentrer ses efforts sur les fraudeurs fiscaux de plus grande envergure et mieux organisés.

La majorité des participants était d'avis que les personnes ne payant pas leur juste part d'impôts font qu'il serait probable que celles respectant déjà les règles du régime fiscal aient à porter un fardeau fiscal plus lourd afin de permettre au gouvernement de recouvrer ses recettes. Les participants partageant cet avis ont exprimé du ressentiment à l'encontre des personnes ne payant pas leur juste part d'impôts, car ils se préoccupaient du fait que le taux d'imposition jugé élevé ne ferait qu'augmenter. D'autres participants étaient d'avis que sans l'assiette fiscale requise, il y a risque de compressions dans les programmes.

L'économie clandestine était perçue comme un problème complexe, les participants ayant exprimé des opinions variées quant à la manière de l'aborder. Bon nombre avaient l'impression que les acteurs de l'économie clandestine avaient pour but d'économiser de l'argent. Ils croyaient qu'il s'agissait probablement de personnes travailleuses qui contribuaient déjà au régime fiscal. On avait l'impression que ce groupe payait déjà beaucoup d'impôts et que, par conséquent, les impôts non payés avaient peu d'incidence sur l'économie globale et étaient justifiables en quelque sorte compte tenu du fait qu'il contribuait à l'assiette fiscale. Cette opinion changeait lorsqu'on parlait de personnes participant à l'économie clandestine dans le cadre de leurs pratiques opérationnelles courantes. Dans ces cas-là (p. ex., un entrepreneur à comptabilité de trésorerie), on a indiqué que l'ARC devrait faire preuve d'une plus grande rigueur pour s'assurer que le niveau d'impôts approprié est payé.

En somme, certains participants étaient d'avis que ce groupe de fraudeurs fiscaux occasionnels ne devrait pas constituer une priorité pour l'ARC puisqu'il est probable qu'il permette à l'organisation de générer des retombées de faible incidence. L'opinion la plus répandue était plutôt que l'ARC devrait concentrer ses efforts sur les groupes habituels de personnes qui évitent sciemment de payer des impôts. De plus, lorsqu'on leur demandait de se prononcer sur les petites entreprises, comme celles de rénovation de résidences faisant des ententes au comptant, les participants étaient en majorité d'avis que ce groupe devrait être lui aussi visé par les efforts de l'ARC.

On a demandé aux participants ce qu'ils aimeraient savoir de l'ARC afin de les aider à avoir confiance envers les mesures prises par l'organisation pour s'attaquer à ce problème. Certains participants souhaitaient qu'on leur

fournisse des statistiques globales, par exemple sur les montants d'impôts non déclarés qui sont recouverts annuellement. D'autres aimeraient connaître les pénalités reçues des personnes ne payant pas leur juste part d'impôts aux yeux de l'ARC.

II. Constatations détaillées – phase qualitative : décideurs de PME et intermédiaires fiscaux

A. Impressions générales par rapport à l'ARC

Dans l'ensemble, les décideurs de PME et les intermédiaires fiscaux étaient d'avis que le régime fiscal est extrêmement complexe et difficile à comprendre. Ils ont exprimé des points de vue variés au sujet de l'ARC, lesquels dépendaient largement de leurs interactions avec l'Agence.

À l'instar de ceux des séances tenues avec le grand public, les participants ont eu à fournir leurs impressions générales sur le régime fiscal. Pendant toutes les séances, de nombreux décideurs de PME et intermédiaires fiscaux se servaient régulièrement des termes « complexe » et « compliqué » afin de décrire le régime fiscal. Certains participants ont souligné que la *Loi de l'impôt sur le revenu* semble se complexifier au fil des ans. Quelques-uns ont également laissé entendre que le régime fiscal est beaucoup trop compliqué pour les avantages qu'il procure; les crédits d'impôt ont été mentionnés dans ce contexte). Selon ces personnes, il est difficile d'expliquer et d'administrer les crédits d'impôt pour la faible incidence qu'ils ont sur la déclaration de revenus. Certains participants étaient aussi d'avis que les taux d'imposition sont trop élevés. D'autres ont riposté en affirmant qu'ils permettaient aux citoyens d'obtenir des services qui ne leur seraient pas offerts autrement.

Les impressions générales au sujet de l'ARC étaient variées. Les participants ayant exprimé des impressions positives ont mentionné des mesures précises qui leur ont permis de forger une opinion positive au sujet de l'ARC. De leur propre chef, des intermédiaires fiscaux ont indiqué que l'outil *Représenter un client* et le formulaire RC59 représentaient des changements positifs que l'ARC avait apportés récemment. Des participants ont aussi mentionné, sans qu'on le leur demande, que la transition aux services en ligne influait de façon favorable leurs impressions au sujet de l'organisation.

Les participants de Calgary et de Montréal en particulier se servaient d'autres organisations comme point de référence pour évaluer l'ARC. À Calgary, de nombreux décideurs de PME avaient l'impression qu'il était beaucoup plus facile de faire affaire avec l'ARC qu'avec l'administration municipale. Les participants de Montréal avaient tendance à se servir de Revenu Québec comme point de référence. En comparaison, l'ARC était beaucoup plus appréciée dans des domaines comme le service à la clientèle, étant donné son processus de production de déclaration plus facile à suivre, ainsi que sa souplesse/latitude et sa facilité d'approche sur le plan de la résolution des erreurs et du paiement des montants dus.

En revanche, certains participants ont exprimé des opinions moins favorables à l'égard de l'ARC, et ce, principalement à Toronto. Ce groupe était d'avis que l'ARC était plus bagarreuse dans ses interactions avec eux et adoptait une approche « générale » manquant de souplesse par rapport aux circonstances individuelles. Un petit nombre de participants étaient aussi d'avis que l'ARC faisait preuve d'agressivité lorsqu'elle tentait d'identifier les personnes ne déclarant pas la totalité de leurs revenus. De plus, quelques participants avaient l'impression que les petites entreprises en général ne bénéficient pas d'un soutien suffisant de la part de l'ARC. Pour ce groupe, ce manque de soutien a engendré de la confusion et donné lieu à quelques défis opérationnels difficiles à surmonter.

On a demandé à tous les participants de recenser les domaines dans lesquels l'ARC est efficace ainsi que les points qu'elle devrait améliorer. Quelle que soit leur impression générale au sujet de l'ARC, de nombreux participants ont été en mesure de relever des domaines dans lesquels l'ARC fait preuve d'efficacité. De nombreux décideurs de PME et intermédiaires fiscaux ont souligné que l'attitude générale de l'ARC s'orientait de plus en plus vers le service. De l'avis général, l'ARC cherche à fournir une meilleure expérience « client » en ce qui concerne son délai de traitement, et l'attitude affichée par son personnel semble s'être améliorée.

La transition vers un plus grand nombre de services en ligne était aussi été perçue de façon très positive par les décideurs de PME et les intermédiaires fiscaux. Un participant a résumé la question en établissant un parallèle avec les périodes précédant et suivant la création de Google en décrivant l'incidence des services disponibles. Pour ces deux publics, la mise en ligne et l'automatisation des services constituent une réussite pour l'ARC.

Points satisfaisants	Points à améliorer
<ul style="list-style-type: none"> • Les services en ligne 	<ul style="list-style-type: none"> • Peut être perçue comme intimidante
<ul style="list-style-type: none"> • Amélioration au niveau des communications 	<ul style="list-style-type: none"> • Bureaucratie encore présente
<ul style="list-style-type: none"> • Amélioration au niveau de l'exactitude des réponses 	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation du site Web
<ul style="list-style-type: none"> • ARC plus amicale et axée sur le service 	<ul style="list-style-type: none"> • Uniformité de l'information fournie
<ul style="list-style-type: none"> • Rapidité d'accès aux déclarations 	<ul style="list-style-type: none"> • Long délai pour obtenir des réponses
<ul style="list-style-type: none"> • Efforts d'amélioration perçus 	<ul style="list-style-type: none"> • Processus de vérification
	<ul style="list-style-type: none"> • Accès rapide et facile à un plus grand nombre de formulaires en ligne

Les participants décrivaient généralement l'ARC comme « efficace », mais avaient de la difficulté à dire qu'elle était « cohérente » et « juste ». Certains participants obtenaient une réponse différente à leur question chaque fois qu'ils appelaient l'ARC, ce qui a fait que plusieurs ont mis en doute la cohérence de l'Agence. Les perceptions d'équité étaient le plus souvent affaiblies par l'impression que l'ARC fait tout pour récupérer ce qui n'a pas été adéquatement déclaré (p. ex., lorsqu'un crédit d'impôt est déclaré de façon erronée), mais qu'elle n'est pas du tout proactive lorsque vient le temps d'aider un contribuable ayant omis un crédit potentiel. De même, les participants étaient presque unanimes quant au fait que l'ARC semble investir beaucoup trop de temps pour enquêter sur les petites entreprises et trop peu sur les grandes entreprises; par conséquent, de nombreux participants ont l'impression que l'Agence manque quelque peu d'« équité ».

Un autre point soulevé pendant toutes les séances était l'uniformité de l'information fournie aux personnes communiquant avec l'ARC par téléphone. De nombreux participants ont raconté des anecdotes dans le cadre desquelles on leur avait fourni des renseignements contradictoires, ce qui dépendait largement des personnes avec qui ils discutaient. Cela posait problème, surtout pour les intermédiaires fiscaux, qui avaient l'impression de passer le plus clair de leur temps à tenter d'obtenir de l'information uniforme.

En plus des points d'amélioration généraux, les intermédiaires fiscaux ont fourni une rétroaction très détaillée sur des processus et des formulaires précis, dont voici quelques exemples :

- 1. Commande de formulaires de versement :** Quelques intermédiaires fiscaux ont indiqué qu'ils préféreraient imprimer les formulaires de versement à partir du site Web de l'ARC. La marche à suivre actuelle, telle qu'ils la comprennent, consiste à appeler l'ARC afin qu'elle leur les poste. Dans ce cas, seuls quelques formulaires sont postés en même temps, ce qui fait qu'il faut s'adresser à de multiples personnes-ressources pour obtenir le nombre de formulaires requis.
- 2. Formulaire T1135 :** Certains intermédiaires fiscaux souhaiteraient qu'on prolonge le délai pour la soumission de ce formulaire, de façon similaire à celui fixé pour le formulaire FBAR aux États-Unis. Ils croient qu'on accorde six mois pour remplir ce formulaire aux États-Unis et que ce délai devrait être accordé au Canada. À l'heure actuelle, les intermédiaires fiscaux sont d'avis que le délai dont ils disposent leur met de la pression puisqu'il ne leur accorde que très peu de temps pour produire les déclarations de revenus de leurs clients.
- 3. Formulaire RC59 :** Ce formulaire a été très bien accueilli par les intermédiaires fiscaux. Ceux-ci ont commenté la vitesse de traitement du formulaire, ainsi que le processus de soumission, qui a facilité leur travail. Cela dit, certains souhaiteraient qu'on ajoute au processus une approbation immédiate similaire à celle prévue pour le formulaire T1013, Demander ou annuler l'autorisation d'un représentant, en remplacement du processus de trois jours actuel.
- 4. Processus de téléchargement :** Certains intermédiaires fiscaux étaient d'avis que les téléchargements effectués cette année étaient incomplets, car seulement une partie de l'information nécessaire était téléchargée. Ils ont donc eu l'impression qu'on alourdissait leur charge de travail.
- 5. Processus de rapprochement :** Quelques intermédiaires fiscaux ont exprimé de la frustration par rapport au délai accordé pour le processus de rapprochement. Ces personnes ont convenu qu'il y a une période pendant laquelle on ne traite pas les paiements des clients, soit pendant la distribution des avis de montant dû. Par conséquent, les clients communiquent avec un intermédiaire fiscal lorsqu'ils reçoivent un avis de l'ARC indiquant un montant dû, même si le paiement associé a été effectué. Cette façon de faire ajoute un stress additionnel pour les intermédiaires fiscaux, qui aimeraient que l'ARC prolonge le délai du processus de rapprochement d'au moins deux semaines pour réduire la possibilité que cette situation se produise.

Comme il est indiqué ci-dessus, le processus de vérification fait partie des points à améliorer de l'ARC que les participants ont indiqués de leur propre chef. Les participants ont relevé deux enjeux clés, à savoir le niveau de connaissance du vérificateur et l'autonomie pour prendre des décisions.

- 1. Niveau de connaissance du vérificateur :** Les participants ayant déjà fait l'objet d'une vérification soulignaient constamment qu'ils ne croyaient pas que le vérificateur possédait toutes les connaissances requises au moment de la vérification. Essentiellement, ils avaient l'impression que le mandat des vérifications annuelles était confié à des employés « subalternes ». Ces vérificateurs pouvaient donc ne pas être aussi bien informés qu'ils devraient l'être. Par conséquent, les participants recommandaient que les vérificateurs reçoivent plus de formation avant de se rendre sur le terrain.
- 2. Autonomie pour prendre des décisions :** Les participants possédant de l'expérience avec le processus de vérification étaient d'avis que les vérificateurs qui se rendaient sur place étaient incapables de prendre des décisions sans d'abord consulter un superviseur ou un collègue. Cela leur a donné l'impression que le vérificateur était un employé « subalterne ». De plus, ils croyaient que cela avait retardé le processus de clôture de la vérification. Pour cette raison, les intermédiaires fiscaux aimeraient que les vérifications soient réalisées plus rapidement.

B. Enjeux et comportement actuels et C. Déclarations de revenus soumises en ligne

La majorité des décideurs de PME confient à un professionnel leurs besoins liés à l'impôt et à la comptabilité. Cela leur permet de concentrer leurs efforts sur l'exploitation de leurs entreprises. Les intermédiaires fiscaux traitent des centaines de déclarations de revenus par année et, par conséquent, sont précis quant à la manière dont les petits changements pouvant être apportés par l'ARC pourraient améliorer le processus de production de déclaration de revenus.

La vaste majorité des décideurs de PME confient à un comptable ou à autre professionnel la production de leurs déclarations de revenus. Le recours à un professionnel leur donne l'assurance que rien ne sera omis. Pour certains décideurs de PME, la crainte de subir une vérification les pousse à faire affaire avec un professionnel pouvant limiter ce risque particulier. D'autres ont fait affaire avec un professionnel puisqu'ils avaient l'impression que consacrer du temps aux questions d'impôt ou de comptabilité les distrairait de l'exploitation de leurs entreprises.

Un petit nombre de décideurs de PME ont préparé eux-mêmes leurs déclarations de revenus. Pour ces personnes, cela n'a pas été perçu comme étant une tâche ardue nécessitant une aide extérieure. Dans le but de mieux se préparer à la production des déclarations de revenus, cette petite cohorte a mis au point des stratégies pour faire la collecte des données nécessaires tout au long de l'année. Aussi, certains étaient très organisés dans leur tenue de comptes, ce qui a facilité la préparation de leurs déclarations annuelles.

Selon les participants, la préparation des déclarations de revenus se complique d'année en année. Même si cet exercice est maintenant réalisé de façon électronique, les décideurs de PME et les intermédiaires fiscaux sont encore d'avis qu'il est plus complexe et laborieux (p. ex., il y a plus d'annexes, il faut faire le suivi d'un plus grand nombre de crédits). La nécessité de rassembler une grande quantité d'information ne semble pas gêner les décideurs de PME et les intermédiaires fiscaux. Ils semblent avoir mis au point des stratégies pour demeurer organisés et suivre/compiler les données au fil du temps, de manière à pouvoir gérer le processus de production des déclarations de revenus de fin d'exercice. De plus, comme les états financiers doivent être préparés avant les déclarations de revenus, la majorité du travail est déjà réalisé au moment où ils s'attaquent aux déclarations de revenus.

Pratiquement toutes les déclarations de revenus préparées par les intermédiaires fiscaux sont produites et soumises en ligne, et la majorité des décideurs de PME présents aux séances produisent aussi leurs déclarations en ligne. Il arrive rarement aux intermédiaires fiscaux de préparer une déclaration sur papier, et c'est à la demande du client, le cas échéant.

Les problèmes rencontrés lors des interactions avec l'ARC tournent autour de la compréhension de tous les travaux d'écritures requis chaque année pour assurer l'exactitude des déclarations de revenus. Un autre problème relevé était la nécessité de se tenir au fait des nouvelles politiques fiscales. Quelques participants ont affirmé que l'ARC leur inspirait une crainte générale et qu'ils avaient constamment peur de faire des erreurs lorsqu'ils faisaient affaire avec elle.

Mon dossier d'entreprise

L'outil *Mon dossier d'entreprise* était généralement perçu de façon positive, principalement par les intermédiaires fiscaux. De nombreux intermédiaires fiscaux ont commenté la diversité de l'information que le portail met à leur disposition, notamment la capacité de faire des renvois aux déclarations des exercices précédents.

Quelques participants ont indiqué que le processus d'inscription est quelque peu laborieux, plus particulièrement le processus d'ouverture de session en deux étapes. Cependant, une fois inscrits, la plupart des utilisateurs de *Mon dossier d'entreprise* apprécient ce service (même s'il ne semble être utilisé que très peu et en cas de besoin).

Le processus de sécurité lié à l'authentification de l'identité ne semble pas représenter un point d'irritation pour les décideurs de PME ou les intermédiaires fiscaux. Même si certains estimaient qu'il faudrait enlever quelques questions du processus d'authentification, les participants étaient essentiellement d'avis que toute mesure de sécurité de cette nature est pleinement justifiée.

L'utilisation du site Web de l'ARC variait en fonction des participants. Les intermédiaires fiscaux en particulier le consultent régulièrement afin d'obtenir de l'information ou de répondre à une question d'un client. D'autres consultent le site Web pour connaître les mises à jour apportées à la *Loi de l'impôt sur le revenu*.

Les décideurs de PME se servent moins fréquemment du site Web. Bon nombre d'entre eux confiaient leurs besoins fiscaux à un intermédiaire et leur donnait le mandat de recueillir en leur nom les renseignements et les formulaires requis. S'ils devaient trouver de l'information, ils se servaient d'abord de Google, qui les dirigeait habituellement vers la page du site Web de l'ARC contenant cette information.

Les participants des séances souhaiteraient qu'un plus grand nombre de fonctions soient mises en ligne et intégrées au portail *Mon dossier d'entreprise*. Cela comprendrait la capacité d'accéder à des formulaires uniquement disponibles sur le site Web. Comme on l'a mentionné précédemment, les participants aimeraient accéder aux formulaires de versement en ligne par l'intermédiaire du portail.

Très peu de participants connaissaient l'existence de l'application *Rappels fiscaux des entreprises* de l'ARC. Cette application ne semble pas corriger un point d'irritation ou combler une lacune au niveau de l'information. De nombreux décideurs de PME ont mis au point leurs propres stratégies pour se rappeler de leurs paiements et d'autres exigences de l'ARC. Par conséquent, peu d'entre eux ont dit qu'ils se serviraient de l'application.

L'une des fonctions en ligne dont on a discuté à Calgary était un système de production de déclaration « virtuelle ». On a décrit cette fonction aux participants comme étant un système de production de déclaration en ligne au moyen duquel ils pourraient téléverser des documents et des reçus dès qu'ils les reçoivent, tout au long de l'année. Les participants se sont montrés réceptifs à ce concept, en particulier ceux ayant à gérer d'importants volumes de reçus en format papier. Cela dit, l'ajout de cette fonction aurait une influence considérable sur leur volonté à utiliser l'application. À titre d'exemple, certains participants ont mentionné une application permettant de prendre un document en photo avec son téléphone intelligent (similaire à certaines

applications de dépôt de chèque mises au point par des institutions financières) et d'en faire le téléversement. La notion d'avoir à numériser les documents page par page a moins bien été accueillie.

D. Service de l'ARC

Les participants communiquent régulièrement avec l'ARC pour des motifs autres que leurs déclarations de revenus et ont des opinions partagées au sujet de leur expérience. Le manque de disponibilité des agents des services de l'ARC était le problème le plus fréquemment mentionné, suivi par le manque d'uniformité dans l'information fournie par de multiples agents.

La plupart des participants ont communiqué avec l'ARC à un moment ou un autre pour un motif autre que les déclarations de revenus. Les décideurs de PME interagissent principalement avec l'ARC à des fins transactionnelles, notamment pour la paie et les paiements de TPS/TVH. Les intermédiaires fiscaux communiquent régulièrement avec l'ARC pour discuter de dossiers de clients.

Le principal problème que les décideurs de PME et les intermédiaires fiscaux ont relevé est l'incapacité à communiquer avec l'ARC par téléphone. Comme lors des séances avec le grand public, les participants ont exprimé de la frustration quant aux lignes occupées et au délai nécessaire pour joindre un agent de l'ARC.

Les participants avaient une opinion plus favorable à l'égard des interactions elles-mêmes, une fois qu'ils parvenaient à parler à un agent de l'ARC. Certains ont souligné que les agents étaient aimables, compétents et courtois. Même si leurs commentaires sur l'attitude du personnel étaient largement positifs, les participants ont exprimé des opinions moins favorables sur la qualité et l'uniformité de l'information fournie. La majorité des participants s'entendaient pour dire qu'ils ont reçu de l'information contradictoire lorsqu'ils se sont adressés à différentes personnes pour une même question. Pour apaiser ce point d'irritation, certains participants ont proposé qu'un « gestionnaire de cas » soit affecté à chaque question en vue d'assurer cette uniformité.

Certains intermédiaires fiscaux de Calgary et de Montréal en particulier étaient déçus par la fermeture de comptoirs de services en personne. Ils appréciaient le service personnalisé et les relations qu'ils avaient établies avec le personnel. Cela dit, ils ont aussi reconnu que la transition vers les services en ligne ferait probablement en sorte que ce personnel soit plus utilisé.

Les intermédiaires fiscaux étaient aussi d'avis qu'on ne pourrait plus répondre à leurs besoins particuliers, surtout depuis qu'on leur avait demandé de se servir du numéro général pour joindre l'ARC, au lieu de la ligne directe qui leur était réservée auparavant. Cependant, certains ont souligné qu'une fois qu'ils parvenaient à joindre un représentant et qu'ils s'identifiaient en tant qu'intermédiaires fiscaux, on les dirigeait rapidement vers le niveau de soutien approprié. Néanmoins, les intermédiaires fiscaux ont exprimé un peu de mécontentement quant au fait d'avoir à composer un numéro général avec lequel leurs appels sont parfois interrompus, les lignes sont occupées et le temps d'attente est trop long.

E. Réduire la paperasse

Même si la transition aux services en ligne a été perçue comme étant une étape positive, peu de participants (si ce n'est aucun) étaient d'avis que le fardeau administratif s'était allégé. Les participants avaient encore l'impression que l'ARC recueille des quantités considérables de renseignements redondants.

Les décideurs de PME et les intermédiaires fiscaux ont souligné que la transition vers un plus grand nombre de services en ligne avait permis d'alléger leur charge de travail. Cela dit, ils ont relevé d'autres éléments pour lesquels ils avaient l'impression que leur charge de travail était restée la même ou, dans certains cas, avait augmenté.

L'élément le plus significatif qu'ils ont soulevé était la redondance des renseignements recueillis par l'ARC, auxquels celle-ci devrait avoir accès selon les décideurs de PME et les intermédiaires fiscaux. Certains participants se demandaient si l'ARC avait accès à la version intégrale des déclarations de revenus transmises par voie électronique (TED), car des personnes-ressources de l'ARC leur demandent fréquemment de leur communiquer de l'information contenue dans ces documents. Quelques autres ont demandé si l'information fournie dans le système TED est différente pour les employés de l'ARC, car on a déjà demandé à des intermédiaires fiscaux de fournir de l'information qui selon eux devrait déjà se trouver dans les déclarations soumises à l'ARC.

D'autres participants avaient l'impression que l'ARC recueillait des renseignements sans d'abord vérifier s'ils avaient déjà été fournis. Par exemple, certains intermédiaires fiscaux étaient d'avis que l'ARC devrait avoir accès à l'information relative au courtage. Ils aimeraient que cette information soit transférée automatiquement à l'ARC sans qu'ils (les intermédiaires fiscaux) aient à la soumettre.

Les participants étaient aussi d'avis que l'ARC demande plus d'information que ce qui est jugé nécessaire. Lorsqu'on leur a demandé, certains d'entre eux ont fourni des exemples concrets de cette occurrence. Ils avaient plutôt l'impression générale que c'était la manière dont l'organisation procédait. Un petit nombre de participants ont suggéré qu'utiliser les codes IGRF (Index général des renseignements financiers) au lieu des états financiers leur permettrait d'alléger leur fardeau administratif.

En revanche, certains participants ont complimenté l'ARC pour ses efforts et cité les « téléchargements » et les renseignements saisis à l'avance au moyen de *Mon dossier d'entreprise* comme étant des outils permettant de réduire la redondance pendant la collecte de l'information.

Certains participants ont observé des améliorations relativement aux communications de l'ARC, reconnaissant que son domaine d'expertise est de nature complexe. Sans qu'on leur demande, quelques autres participants ont mentionné que le nouvel avis de cotisation représentait un changement positif. Ils ont commenté son aspect global et étaient d'avis qu'il était plus clair et facile à comprendre.

En ce qui concerne la fréquence des communications, les décideurs de PME en particulier ne souhaitent pas obtenir plus de communications de la part de l'ARC. Cependant, si elle devait faire la promotion d'un nouveau

service, l'ARC pourrait leur envoyer de l'information par la poste pour attirer leur attention, car ils ouvrent chaque enveloppe provenant de l'ARC.

F. Intégrité du régime fiscal

Les décideurs de PME et les intermédiaires fiscaux « espèrent » que la majorité des contribuables paient leur juste part d'impôts. Cependant, ils reconnaissent que certains secteurs peuvent être plus aptes à sous-déclarer leurs revenus. Ils sont d'avis que la réduction perçue des recettes provenant des impôts fera que les petites entreprises devront combler le manque à gagner.

Les décideurs de PME en particulier avaient l'impression que la majorité de leurs connaissances respectent les règles fiscales. Ces participants s'entendaient pour dire que le risque de ne pas payer sa juste part l'emportait sur les économies qu'ils pourraient réaliser. Cela dit, ils ont reconnu qu'il existe probablement certaines industries qui font plus d'affaires en espèces, ce qui peut inciter les intervenants de ces industries à sous-déclarer leurs revenus.

Comme ce fut le cas avec les groupes du grand public, les décideurs de PME et les intermédiaires fiscaux ont mentionné que la répercussion la plus importante de cette façon de faire serait une augmentation de leur fardeau fiscal. Cela était particulièrement évident parmi les décideurs de PME, qui avaient déjà l'impression d'assumer une part considérable de l'assiette fiscale.

En ce qui concerne l'intégrité globale du régime fiscal, les participants des deux groupes semblaient s'entendre sur le fait que l'ARC devrait consacrer plus de temps aux grandes entreprises et moins aux PME, qui selon eux respectent davantage les règles fiscales. Même s'ils considèrent que des programmes comme le Programme des divulgations volontaires renforcent l'intégrité du régime fiscal, les participants doutent toujours que l'ARC peut faire des avancées significatives quelconques quant aux recettes fiscales perçues auprès des grandes entreprises. Aucun participant ne semblait se rappeler d'une annonce quelconque faite sur le sujet par le gouvernement du Canada. Même s'ils approuvent tous les efforts supplémentaires faits à cet égard, les participants demeurent sceptiques quant à la volonté politique de les poursuivre, et ils n'y croiront pas tant que des montants recouverts ne feront pas les manchettes.

ANNEXE A : MÉTHODOLOGIE

Environics Research a animé une série de 12 groupes de discussion constitués de membres du grand public, de décideurs de PME et d'intermédiaires fiscaux pendant la période du 25 juillet au 3 août 2016.

Composition des groupes

Quatre séances ont été tenues dans chacune de ces villes : Toronto, Calgary et Montréal. Dans chaque ville, on a mené une séance auprès de Canadiens à revenu faible ou moyen et une séance auprès de Canadiens à revenu élevé. Un Canadien à revenu élevé peut être défini comme étant un particulier dont le revenu annuel est supérieur à 75 000 \$ ou dont la somme des revenus annuels de son ménage est supérieure à 100 000 \$.

Un intermédiaire fiscal était défini comme étant une personne travaillant avec des clients de petites entreprises (moins de 100 employés) relativement à des questions liées à l'impôt ou à la paie. Les groupes des entreprises étaient constitués de décideurs de PME ou de personnes participant à la prise de décisions en lien avec l'impôt, la paie, la taxe sur les produits et services (TPS)/la taxe de vente harmonisée (TVH) ou la tenue des comptes au sein de PME (moins de 100 employés). Les titres de poste acceptables comprenaient ceux-ci :

- Président, PDG ou propriétaire
- Directeur financier/contrôleur
- Comptable
- Agent de la paie
- Gestionnaire
- Commis comptable
- Agent financier

Huit séances se sont déroulées en anglais et quatre, en français. Voici la répartition des 12 séances :

Date et heure	Composition du groupe
25 juillet, 17 h 30 (HAE)	Revenu faible ou moyen – Mississauga, Ontario
25 juillet, 20 h (HAE)	Revenu élevé – Mississauga, Ontario
26 juillet, 17 h 30 (HAE)	Décideurs de PME – Toronto, Ontario
26 juillet, 19 h 30 (HAE)	Intermédiaires fiscaux – Toronto, Ontario
27 juillet, 17 h 30 (HNR)	Revenu faible ou moyen – Calgary, Alberta
27 juillet, 19 h 30 (HNR)	Revenu élevé – Calgary, Alberta
28 juillet, 17 h 30 (HNR)	Décideurs de PME – Calgary, Alberta
28 juillet, 19 h 30 (HNR)	Intermédiaires fiscaux – Calgary, Alberta
2 août, 17 h 30 (HAE)	Revenu faible ou moyen – Montréal, Québec
2 août, 19 h 30 (HAE)	Revenu élevé – Montréal, Québec
3 août, 17 h 30 (HAE)	Décideurs de PME – Montréal, Québec
3 août, 19 h 30 (HAE)	Intermédiaires fiscaux – Montréal, Québec

Les séances de discussion duraient environ 120 minutes et comprenaient de 8 à 10 participants (sur 10 personnes recrutées pour chaque groupe).

Recrutement

Environics Research a élaboré la méthode de sélection et l'a soumise à l'examen de l'ARC avant d'en rédiger la version définitive. Il évaluait les participants afin de s'assurer qu'ils étaient invités à la séance convenant le mieux au revenu de leur ménage. Il les évaluait également pour s'assurer de les intégrer à des groupes comprenant des personnes de différents sexes, âges et niveaux académiques et dans lesquels ils seraient à l'aise de partager leurs points de vue. Les personnes habituelles étaient exclues des groupes de discussion (c.-à-d. chercheurs en marketing, représentants des médias, employés du gouvernement fédéral et personnes ayant participé récemment à des groupes de discussion). Environics Research offrait une compensation de 100 \$ aux membres du grand public pour les inciter à participer aux groupes de discussion et les remercier de leur collaboration. Il offrait une compensation de 175 \$ pour les décideurs de PME et de 150 \$ pour les intermédiaires fiscaux. Toutes les séances ont été enregistrées sur bande sonore et vidéo afin d'être analysées subséquemment par l'équipe de recherche. Pendant le processus de recrutement et l'inscription aux séances, les participants devaient consentir à être enregistrés.

Animation

Deux chercheurs principaux ont animé la totalité des séances, à savoir :

- Megan Tam, qui a animé toutes les séances tenues à Mississauga, Toronto et Calgary;
- Rick Nadeau, associé principal, qui a animé toutes les séances tenues à Montréal.

Tout le travail de recherche qualitative a été réalisé dans le respect des normes professionnelles établies par l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing et des dispositions législatives applicables de la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*.

Énoncé des limites

La recherche qualitative jette un regard sur la diversité des opinions présentes au sein d'une population, plutôt que sur la pondération de ces opinions, ce que mesurerait une étude quantitative. Les résultats de ce type de recherche devraient être considérés comme étant indicatifs plutôt que comme permettant l'extrapolation.

Annexe B : Méthodologie quantitative

Contexte et objectifs de recherche

L'Agence du revenu du Canada (ARC) a confié au groupe Environics Research le mandat de mener son exercice de recherche d'entreprise annuelle. Il s'agit d'évaluer un certain nombre de facteurs, dont la confiance et la satisfaction à son endroit, et contextualiser d'autres renseignements qui lui ont été fournis. L'ARC s'appuiera sur les constatations figurant au présent rapport pour rédiger le Rapport annuel au Parlement, mener des exercices de planification stratégique et réaliser une analyse de l'opinion publique à l'interne. Le rapport étayera par ailleurs d'autres initiatives d'établissement de rapports d'entreprise, notamment le Cadre de surveillance du Conseil de direction et les rapports annuels du commissaire à l'intention des gouvernements provinciaux et territoriaux.

Plus précisément, ce travail de recherche visait les objectifs suivants :

- Impressions générales par rapport à l'ARC
- Expérience de la production de déclarations de revenus
- Opinions concernant les contacts et les interactions avec l'ARC
- Modes de communication
- Données démographiques

Méthodologie

Environics Research a réalisé un sondage téléphonique auprès de 1 600 résidents adultes du Canada, entre le 15 juillet et le 1^{er} août 2016. Un sondage de cette ampleur produit des résultats pouvant être considérés comme étant exacts selon une marge d'erreur de $\pm 2,45\%$, 19 fois sur 20. La marge d'erreur augmente pour certains sous-groupes de la population. Le sondage visait des Canadiens adultes (âgés d'au moins 18 ans) et appliquait une technique de sélection couramment utilisée dans l'industrie (l'anniversaire le plus récent) pour sélectionner les répondants. Des numéros de téléphone cellulaire faisaient aussi partie du sondage.

Environics Research a stratifié l'échantillon par région afin de permettre une couverture significative des régions à faible densité démographique.

Région	Taille de l'échantillon	Marge d'erreur*
Canada atlantique	175	$\pm 7,4$
Québec	375	$\pm 5,1$
Ontario	525	$\pm 4,3$
Prairies/T.N.-O./Nunavut	127	$\pm 8,7$
Alberta	198	$\pm 7,0$
C.-B./Yukon	200	$\pm 6,9$
CANADA	1 600	$\pm 2,45$

*Les marges d'erreur sont exprimées en pourcentage, selon un niveau de confiance de 95 %.

De plus, Environics Research a réalisé un sondage en ligne auprès de 300 décideurs de PME et de 300 intermédiaires fiscaux. Pour ce faire, il s'est fondé sur les définitions suivantes :

- Intermédiaire fiscal : Une personne qui travaille avec des clients de petites entreprises (moins de 100 employés) relativement à des questions liées à l'impôt ou à la paie.
- Décideur de PME : Une personne qui participe à la prise de décisions en lien avec l'impôt, la paie, la taxe sur les produits et services (TPS)/taxe de vente harmonisée (TVH) ou la tenue des comptes au sein d'une PME (moins de 100 employés). Les titres de poste acceptables comprenaient ceux-ci :
 - Président/directeur général/propriétaire
 - Directeur financier/contrôleur
 - Comptable
 - Gestionnaire/agent de la paie
 - Gestionnaire
 - Commis comptable
 - Agent financier

Environics Research a obtenu l'échantillon d'entreprises auprès de nos partenaires de confiance, à savoir Vision Critical et Asking Canadians. Comme il s'agissait d'une enquête par panel en ligne, qui visait un échantillon non probabiliste, aucune marge d'erreur ne peut être appliquée aux résultats.

Élaboration du questionnaire

L'ARC a élaboré le questionnaire en consultation avec Environics Research en y intégrant des questions de suivi tirées d'études économiques antérieures. Environics Research a examiné le questionnaire afin de s'assurer qu'il était correctement structuré et d'y relever tout problème de programmation ou d'analyse, en formulant des suggestions et des conseils relativement à l'instrument de sondage. Les versions anglaise et française de la version définitive du questionnaire de l'étude sont toutes deux fournies à l'annexe E. Le questionnaire prenait en moyenne 15 minutes à remplir.

Essai préliminaire

Le 15 juillet, Environics Research a réalisé un essai préliminaire initial de 10 entrevues, qu'il a vérifiées en collaboration avec l'ARC. Ces entrevues comportaient les questions exploratoires d'essai préliminaire standards du gouvernement du Canada. Très peu de modifications y ont été apportées.

Travail sur le terrain

Les entrevues ont été réalisées par Elemental Data Collection Inc. (Elemental DCI) au moyen d'une technologie d'interview téléphonique assistée par ordinateur (ITAO). Des superviseurs étaient en tout temps présents sur place afin de garantir que les entrevues étaient réalisées correctement et que les réponses étaient consignées avec précision. Un minimum de 10 % du travail de chaque intervieweur était discrètement surveillé aux fins de contrôle de la qualité, conformément aux normes établies par l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing.

Des analystes de données ont programmé le questionnaire pour l'adapter à la technologie d'ITAO, puis l'ont testé de façon exhaustive pour confirmer l'exactitude de sa configuration et de sa collecte de données. Cette validation a permis de garantir que le processus d'entrée de données était conforme à la logique de base du sondage. Le système d'ITAO prend en charge la composition des numéros de l'échantillon, la gestion des quotas et la réalisation du questionnaire (instructions « passez à », embranchements et valeurs admissibles). Il garantit

également que des rappels sont réalisés en temps opportun. Aucun numéro n'est composé plus d'une fois au cours d'une période de deux heures. Les rappels sont réalisés à différents jours de la semaine et à différentes heures de la journée (p. ex., matinée, après-midi). Ce système permet de garantir que toutes les entrevues prévues sont réalisées, ce qui maximise le taux de réponse et la représentativité de l'échantillon. Jusqu'à huit rappels ont été effectués pour joindre chaque organisme de bienfaisance sélectionnée pour l'échantillon.

Contrôle de la qualité

Le questionnaire a été programmé sur un système d'ITAO de pointe. Les installations d'entrevue d'Elemental DCI permettent d'assurer une supervision constante des intervieweurs et une surveillance discrète des appels; de 10 à 30 % des entrevues sont surveillées aux fins de contrôle de la qualité. Tous les répondants ont pu répondre au questionnaire dans la langue officielle de leur choix. Tout le travail de recherche a été réalisé conformément aux normes de recherche sur l'opinion publique établies par le gouvernement fédéral, ainsi qu'à la législation fédérale applicable (*Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*). Le sondage a été enregistré auprès du Système d'enregistrement des sondages de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing, qui permet au public de vérifier un appel de sondage, de s'informer sur l'industrie ou de déposer une plainte.

Résultats du sondage

L'échantillon de ce sondage était constitué de 1 600 Canadiens adultes. Ce total correspond au nombre de participants répondants (ceux ayant réalisé une entrevue plus ceux disqualifiés en raison d'exigences du sondage ou de non-respect des quotas), divisé par les appels non résolus (p. ex., ligne occupée, pas de réponse), plus les ménages ou particuliers non répondants (p. ex., refus, barrière linguistique, rappels manqués), plus les participants répondants $[R \div (NR + P + R)]$. Le tableau qui suit présente la disposition de toutes les personnes contactées.

Résultats du sondage

	TOTAL	Ligne t.	Tél. cell.
Total des appels tentés	87 232	8 202	79 030
Hors de la portée – invalide	41 995	1 451	40 544
Non résolus (NR)	33 847	4 475	29 372
<i>Pas de réponse/répondeur</i>	33 847	4 475	29 372
Dans la portée – sans réponse (P)	2 496	292	2 204
<i>Barrière linguistique</i>	263	44	219
<i>Impossibilité de répondre au sondage (malade/décédé)</i>	57	23	34
<i>Rappel (répondant non disponible)</i>	2 176	225	1 951
Total de personnes sollicitées	8 894	1 984	6 910
<i>Refusé de répondre</i>	6 973	1 274	5 699
<i>Mis fin à l'appel</i>	231	39	192
Dans la portée – unités répondantes (R)	1 690	671	1 019
<i>Entrevue réalisée</i>	1 600	661	939
<i>Disqualifié – quota respecté</i>	26	6	20
Taux de refus	81,00	66,18	85,25
Taux de réponse	3,74	9,94	2,65
Fréquence	94,67	98,51	92,15
Durée du sondage	14,64	14,51	14,73

Analyse du biais de non-réponse

Le tableau ci-dessous présente un profil de l'échantillon final par opposition à la population réelle du Canada (données du Recensement de 2011). Comme c'est habituellement le cas avec les sondages téléphoniques réalisés auprès du grand public, les personnes plus âgées sont plus faciles à joindre; par conséquent, le sondage affichait une sur représentation des personnes de plus de 55 ans (qui a été corrigée par une pondération des résultats). De plus, l'échantillon final sous-représentait quelque peu les personnes ayant le diplôme d'études secondaires ou moins que les études secondaires, ce qui est une tendance typique dans les sondages téléphoniques réalisés au Canada (c.-à-d. que les personnes ayant un niveau de scolarité supérieur sont plus disposées à répondre aux sondages téléphoniques).

Profil de l'échantillon

	Échantillon*	Canada
Sexe (18 ans et plus)		
Homme	52	48
Femme	48	52
Âge		
18 à 34	24	28
35 à 54	31	37
55+	41	36
Niveau d'études^α		
Diplôme d'études secondaires ou moins	28	40
Diplôme d'une école de métiers/d'études collégiales/d'études postsecondaires (sauf diplôme universitaire)	30	32
Diplôme universitaire	40	28

* Ces données non pondérées correspondent au pourcentage de personnes ayant répondu à chaque question démographique.

^α Les catégories du Recensement lui-même diffèrent de celles utilisées pour le présent sondage et ont été recalculées en conséquence.

Les chiffres de Statistique Canada sur le niveau d'éducation concernent les Canadiens âgés de 25 à 64 ans.

Annexe C : Recruitment Screener (anglais et français)

Sondage d'entreprise annuel de 2016 – grand public CD11837

Questionnaire n° _____

Date du dernier groupe _____

Nombre de groupes antérieurs _____

<p>Montréal, QC (en français) [DATE] Groupe 3 : Ménages à revenu bas/moyen @ 17 h 30 75 \$ Groupe 4 : Ménages à revenu élevé @ 19 h 30 75 \$</p> <p>Définitions : Revenu bas/moyen : Si un seul adulte dans le ménage : revenu <75 000 \$. Si plusieurs adultes dans le ménage : revenu <100 000 \$</p> <p>Revenu élevé : Si un seul adulte dans le ménage : revenu supérieur ou égal à 75 000 \$. Si plusieurs adultes dans le ménage : revenu supérieur ou égal à 100 000 \$</p>	<p>Recrutez : 10 personnes par groupe pour que 6 à 8 d'entre elles se présentent</p> <p>Prime : 75 \$</p> <p>Étude n° : XXXXX</p>
<p>Nom du répondant : _____</p> <p>N° de téléphone du répondant : _____ (maison)</p> <p>N° de téléphone du répondant : _____ (travail)</p> <p>N° de télécopieur du répondant : _____ envoyé? ou</p> <p>Courriel du répondant : _____ envoyé?</p> <p>Source de l'échantillon : panel aléatoire client référence (encerclez)</p>	<p>Intervieweur : _____</p> <p>Date : _____</p> <p>Validé : _____</p> <p>Fichiers centraux : _____</p> <p>Listes : _____</p> <p>Quotas : _____</p>

Bonjour, je m'appelle _____ et je vous téléphone de [NOM], une firme nationale de recherche sur l'opinion publique. Nous organisons des groupes de discussion pour le compte du gouvernement du Canada afin d'examiner divers enjeux d'importance pour le pays.

EXPLIQUEZ CE QUE SONT LES GROUPES DE DISCUSSION. Environ huit personnes qui auront tout comme vous été choisies au hasard prendront part à la discussion. Les participants recevront une prime de 75 \$ en guise de remerciement pour le temps qu'ils nous auront accordé. Toutefois, avant de vous inviter à vous joindre à nous, j'aimerais vous poser quelques questions pour m'assurer que le groupe sera composé d'une bonne diversité de personnes. Puis-je vous poser quelques questions?

Oui **CONTINUEZ**
Non **DEMANDEZ SI UNE AUTRE PERSONNE DU MÉNAGE POURRAIT ÊTRE INTÉRESSÉE**
SI NON, REMERCIEZ ET TERMINEZ

Votre participation est volontaire. Nous désirons connaître votre opinion et nous ne tenterons pas de vous vendre quoi que ce soit ni de vous faire changer d'avis. La discussion se déroulera sous forme de table ronde et sera animée par un professionnel de la recherche. Toutes les opinions exprimées demeureront anonymes et les points de vue seront regroupés de sorte qu'il sera impossible d'identifier qui que ce soit.

LISEZ À TOUS : « Cet appel peut être écouté ou enregistré à des fins d'évaluation ou de contrôle de la qualité. »

CLARIFICATIONS SUPPLÉMENTAIRES AU BESOIN :

- Pour s'assurer que je lise les questions correctement et que je recueille vos réponses avec précision;
- Pour évaluer mon rendement;
- Pour vérifier que le questionnaire est exact/correct (c.-à-d. évaluation de la programmation ITAO et de la méthodologie – s'assurer que nous posons les bonnes questions pour répondre aux exigences de nos clients en matière de recherche – comme un prétest);
- Si l'appel est enregistré, l'enregistrement sert uniquement à évaluer le travail de l'intervieweur et est écouté immédiatement après la fin de l'entrevue. S'ils étaient absents au moment de l'entrevue, le client et le gestionnaire de projet pourraient également écouter l'enregistrement. Tous les enregistrements sont détruits après l'évaluation.

S1) Est-ce que vous, ou un membre de votre ménage, travaillez ou avez déjà travaillé :

	Oui	Non
Pour une firme de recherche marketing	1	2
Pour un magazine ou un journal	1	2
Pour une station de radio ou une chaîne de télévision	1	2
Pour une firme de relations publiques	1	2
Pour le gouvernement fédéral ou provincial	1	2
Pour une agence de publicité ou de graphisme	1	2
Pour une entreprise de préparation de déclarations de revenus	1	2
En comptabilité	1	2

SI « OUI » À L'UNE DE CES OPTIONS, REMERCIEZ ET TERMINEZ

S2) Êtes-vous un(e) citoyen(ne) canadien(ne), âgé(e) d'au moins 20 ans, qui réside habituellement dans la région de [XX]?

Oui	1	CONTINUEZ
Non	2	REMERCIEZ ET TERMINEZ

S3) Depuis combien de temps vivez-vous à [VILLE]? _____

TERMINEZ SI MOINS DE 2 ANS

S4) Êtes-vous le chef ou l'un des chefs de votre ménage?

Oui	1	CONTINUEZ
Non	2	REMERCIEZ ET TERMINEZ

S5) Avez-vous déjà participé à un groupe de discussion de consommateurs, à une entrevue ou à un sondage pour lequel ou laquelle vous avez été recruté(e) à l'avance et vous avez reçu une somme d'argent?

Oui	1	MAX ½ PAR GROUPE
Non	2	PASSEZ À Q1

S6) Il y a combien de temps de cela? _____

TERMINEZ SI AU COURS DES 6 DERNIERS MOIS

S7) À combien de groupes de discussion de consommateurs avez-vous participé au cours des 5 dernières années?

TERMINEZ SI PLUS DE 4 GROUPES DE DISCUSSION

POSEZ À TOUS

Q1) Pouvez-vous me dire à quel groupe d'âge vous appartenez? Avez-vous...?

BONNE DIVERSITÉ DANS CHAQUE GROUPS

Moins de 20 ans	0	REMERCIEZ ET TERMINEZ
De 20 à 24 ans	1	
De 25 à 34 ans	2	
De 35 à 44 ans	3	
De 45 à 54 ans	4	
De 55 à 64 ans	5	
65 ans et +	6	
Refuse	9	REMERCIEZ ET TERMINEZ

Q2) Quelle est votre situation d'emploi actuelle?

Travailleur(euse) à temps plein	1	
Travailleur(euse) à temps partiel	2	
Travailleur(euse) autonome	3	
Retraité(e)	4	
Sans emploi à l'heure actuelle	5	PASSEZ À Q4 – MAX 3 PAR GROUPE
Étudiant(e)	6	PASSEZ À Q4 – MAX 3 PAR GROUPE
Autre	7	
NSP/REFUSE	99	

Q3) Dans quel secteur d'activité travaillez-vous? **BONNE DIVERSITÉ**

Agriculture, foresterie, pêche et chasse	1
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	2
Construction	3
Fabrication	4
Commerce de gros	5
Commerce de détail	6
Transport et entreposage	7
Industrie de l'information et industrie culturelle	8
Finance et assurances	9
Services immobiliers et services de location et de location à bail	10
Services professionnels, scientifiques et techniques	11
Gestion de sociétés et d'entreprises	12
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	13
Services d'enseignement	14
Services publics	15
Soins de santé et assistance sociale	16
Arts, spectacles et loisirs	17
Hébergement et services de restauration	18
Administrations publiques	19
Autres services (Veuillez préciser) _____	99

Q4) Combien de personnes de plus de 18 ans composent votre ménage?

Une	1	POSEZ 5A
Plus d'une	2	PASSEZ À 5B

Q5a) **[SI Q4=1, POSEZ]** En 2015, le revenu de votre ménage a-t-il été supérieur ou inférieur à 75 000 dollars?

75 000 \$ ou supérieur	1	Admissible au deuxième groupe SAUF SI LA SITUATION D'EMPLOI = ÉTUDIANT(E)
Inférieur à 75 000 \$	2	Admissible au premier groupe
Refuse	9	REMERCIEZ ET TERMINEZ

Q5b) **[SI Q4=2, POSEZ]** En 2015, le revenu de votre ménage a-t-il été supérieur ou inférieur à 100 000 dollars?

100 000 \$ ou supérieur	1	Admissible au deuxième groupe SAUF SI LA SITUATION D'EMPLOI = ÉTUDIANT(E)
Inférieur à 100 000 \$	2	Admissible au premier groupe
Refuse	9	REMERCIEZ ET TERMINEZ

Q5c) **[SI Q5A OU Q5B =2, POSEZ]** Et a-t-il été :

Inférieur à 20 000 \$	1
De 20 000 \$ à 34 999 \$	2
De 35 000 \$ à 44 999 \$	3
De 45 000 \$ à 59 999 \$	4
De 60 000 \$ à 74 999 \$	5
[SI Q5b=2] De 75 000 \$ à 99 999 \$	6

Q6) Pourriez-vous me dire quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez atteint?

Études secondaires non terminées	1
Études secondaires terminées	2
Études collégiales ou universitaires non terminées	3
Études collégiales ou universitaires terminées	4
REFUSE/NSP	9

Q7) **NE DEMANDEZ PAS – NOTEZ LE SEXE RÉPARTITION 50-50**

Homme	1
Femme	2

Invitation

Q8) Excellent, vous êtes admissible pour participer à l'un de nos groupes de discussion. Seriez-vous disponible pour participer à un groupe de discussion le (**DATE À HEURE**)? La séance durera environ 2 heures.

Oui	1	CONTINUEZ
Non	2	REMERCIEZ ET TERMINEZ
NSP (ne lisez pas)	3	FIXEZ UN RENDEZ-VOUS POUR LE RAPPEL

Q9) Nous demandons aux participants des groupes de discussion d'exprimer leurs opinions et de verbaliser leurs pensées. Dans quelle mesure êtes-vous à l'aise d'exprimer votre opinion **(AU BESOIN : en français/anglais)** devant d'autres personnes? Êtes-vous...? (lisez la liste)

Très à l'aise	1	MINIMUM 4 PAR GROUPE
Plutôt à l'aise	2	
À l'aise	3	
Pas tellement à l'aise	4	REMERCIEZ ET TERMINEZ
Très mal à l'aise	5	REMERCIEZ ET TERMINEZ

Comme je l'ai mentionné plus tôt, le groupe de discussion aura lieu en soirée le **Jour Date Mois @ Heure et durera 2 heures**. Les participants recevront une prime de **75 \$** en guise de remerciement pour le temps qu'ils nous auront accordé. Accepteriez-vous d'y participer?

Oui	1	CONTINUEZ
Non	2	REMERCIEZ ET TERMINEZ

Montréal, QC (en français)

[DATE]

Groupe 3 : Ménages à revenu bas/moyen	@ 17 h 30	75 \$
Groupe 4 : Ménages à revenu élevé	@ 19 h 30	75 \$

Enjeux relatifs à la confidentialité :

J'aurais maintenant quelques questions à vous poser à propos de la confidentialité, de vos renseignements personnels et du déroulement de la recherche. Nous devons obtenir votre permission par rapport à certains sujets pour pouvoir effectuer notre recherche. Lorsque je vous poserai ces questions, n'hésitez pas à me demander de les clarifier si vous en ressentez le besoin.

P1) Tout d'abord, nous fournirons une liste des noms et des profils (réponses au questionnaire) des participants aux hôtes et au modérateur, afin qu'ils puissent vous inscrire. Votre information ne sera pas partager avec le département du gouvernement du Canada qui organise ces sessions. Acceptez-vous que nous leur transmettions ces renseignements? Je peux vous assurer que ceux-ci demeureront strictement confidentiels.

Oui	1	PASSEZ À P2
Non	2	LISEZ L'INFORMATION SUIVANTE AU RÉPONDANT

Malheureusement, nous devons donner votre nom et votre profil aux hôtes et au modérateur du groupe de discussion, puisque seuls les gens qui sont invités à participer peuvent prendre part à la séance. Les hôtes et le modérateur ont besoin de ces renseignements à des fins de vérification uniquement. Soyez assuré(e) que ces renseignements demeureront strictement confidentiels. **PASSEZ À P1A**

P1a) Maintenant que je vous ai expliqué cela, acceptez-vous que nous transmettions votre nom et votre profil aux hôtes et au modérateur du groupe de discussion?

Oui	1	PASSEZ À P2
Non	2	REMERCIEZ ET TERMINEZ

P2) Il y aura un enregistrement audiovisuel de la séance et celui-ci servira uniquement à des fins de recherche. Les enregistrements seront uniquement utilisés par un professionnel de la recherche pour préparer le rapport sur les résultats de la recherche. Les enregistrements seront détruits lorsque le rapport sera terminé.

Acceptez-vous qu'un enregistrement audiovisuel de la séance soit effectué?

Oui	1	REMERCIEZ ET PASSEZ À P3
Non	2	LISEZ L'INFORMATION SUIVANTE AU RÉPONDANT

Malheureusement, nous devons faire un enregistrement audiovisuel de la séance puisque le professionnel de la recherche en a besoin pour rédiger son rapport.

P2a) Maintenant que je vous ai expliqué cela, acceptez-vous que nous fassions un enregistrement audiovisuel de la séance?

Oui	1	REMERCIEZ ET PASSEZ À P3
Non	2	REMERCIEZ ET TERMINEZ

P3) Chaque mois, nous soumettons le nom des personnes qui ont participé à nos séances au Registre central de recherche qualitative de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (www.mria-arim.ca). Le Registre central de recherche qualitative est une base de données centrale qui vérifie la participation aux entrevues de recherches qualitatives. Personne ne communiquera avec vous parce que votre nom se trouve sur cette liste.

Nous permettez-vous de soumettre votre nom et votre numéro de téléphone au Registre central de recherche qualitative de l'ARIM?

Oui	1	REMERCIEZ ET PASSEZ À L'INVITATION
Non	2	PASSEZ À P3A

P3a) Malheureusement, pour que vous puissiez participer à cette entrevue, nous devons avoir votre permission pour ajouter votre nom au Registre central de recherche qualitative puisqu'il s'agit du seul moyen qui nous permet d'assurer l'intégrité du processus de recherche et de faire le suivi de la participation aux recherches qualitatives. Le système est tenu à jour par l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing et il est uniquement utilisé pour faire le suivi de votre participation aux recherches qualitatives (comme les groupes de discussion). Personne ne communiquera avec vous parce que votre nom se trouve sur cette liste.

Maintenant que je vous ai expliqué cela, acceptez-vous que nous ajoutions votre nom au Registre central de recherche qualitative?

Oui	1	REMERCIEZ ET PASSEZ À L'INVITATION
Non	2	REMERCIEZ ET TERMINEZ

AU BESOIN, RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES POUR L'INTERVIEWEUR :

Soyez assuré(e) que cette information demeurera confidentielle et seules les firmes de recherche marketing professionnelles pourront y accéder et l'utiliser pour vérifier la participation et empêcher les « répondants professionnels » de participer aux séances. Les firmes de recherche qui participent au Registre central de recherche qualitative de l'ARIM ont besoin de votre autorisation avant que vous ne soyez admissible à participer au groupe. Cette procédure contribue à assurer l'intégrité du processus de recherche.

AU BESOIN, NOTE À PROPOS DE L'ARIM :

L'Association de la recherche et de l'intelligence marketing est un organisme à but non lucratif qui regroupe des professionnels de la recherche marketing impliqués dans le marketing, la publicité, les recherches sociales et politiques. La mission de l'Association est d'être le leader dans la promotion de l'excellence dans la pratique du marketing et des recherches sociales ainsi que dans la valeur de l'information sur les marchés.

Invitation

Avez-vous un crayon à portée de la main pour prendre en note l'adresse de l'endroit où se tiendra le groupe de discussion? Il aura lieu à

Nous vous demandons d'arriver quinze minutes avant l'heure prévue pour vous permettre de stationner votre voiture, de trouver l'endroit et de vous présenter. Il est possible qu'on vous demande de vous identifier avant la tenue de la séance. Par conséquent, assurez-vous d'avoir une pièce d'identité (par exemple, un permis de conduire). De plus, si vous avez besoin de lunettes pour lire, veuillez les apporter.

Comme nous n'invitons qu'un petit nombre de personnes, votre participation est très importante pour nous. Si, pour une raison ou une autre vous ne pouvez pas vous participer, veuillez nous en aviser pour que nous puissions vous remplacer. Vous pouvez nous joindre au [n#]. Demandez à parler à [nom]. Quelqu'un communiquera avec vous la veille du groupe de discussion pour confirmer votre présence.

Afin que nous puissions vous appeler pour confirmer votre présence ou pour vous informer si des changements survenaient, pourriez-vous me confirmer votre nom et vos coordonnées? **[LISEZ LES COORDONNÉES QUE NOUS AVONS ET MODIFIEZ AU BESOIN.]**

Prénom _____

Nom de famille _____

Courriel _____

N° de téléphone le jour _____

N° de téléphone le soir _____

Si le répondant refuse de donner son prénom, son nom ou son numéro de téléphone, dites-lui que ces renseignements demeureront strictement confidentiels en vertu de la loi sur le respect de la vie privée et que ceux-ci seront uniquement utilisés pour le contacter afin de confirmer sa participation et pour l'informer de tout changement concernant l'entrevue. S'il refuse toujours, REMERCIEZ ET TERMINEZ.

Recruitment Screener Annual Corporate Survey 2016 – Gen Pop

Questionnaire # _____

Date of Last Group _____

of previous groups _____

<p style="text-align: center;">Mississauga, ON Monday July 25, 2016</p> <p>Group 1: Low/Middle HHI @ 5:30 pm \$100 Group 2: High HHI @ 7:30 pm \$100</p> <p style="text-align: center;">Calgary AB Wednesday July 27, 2016</p> <p>Group 3: Low/Middle HHI @ 5:30 pm \$100 Group 4: High HHI @ 7:30 pm \$100</p> <p style="text-align: center;">Montreal, QC (French) Tuesday August 2, 2016</p> <p>Group 5: Low/Middle HHI @ 5:30 pm \$100 Group 6: High HHI @ 7:30 pm \$100</p>	<p>Recruit: 10 for 6 to 8 show per group</p> <p>Honorarium: \$100</p> <p>Study#: XXXXX</p> <p>Definitions: Low/Middle income: If single HH income is <\$75K or if multiple HH income is <\$100K</p> <p>High income: If single HH income is \$75K+ or if multiple HH income is \$100K+</p>
<p>Respondent's name: _____</p> <p>Respondent's phone #: _____ (home)</p> <p>Respondent's phone #: _____ (work)</p> <p>Respondent's fax #: _____ sent? _____ or</p> <p>Respondent's e-mail : _____ sent? _____</p> <p>Sample source (<i>circle</i>): panel random client referral</p>	<p>Interviewer: _____</p> <p>Date: _____</p> <p>Validated: _____</p> <p>Quality Central: _____</p> <p>On List: _____</p> <p>On Quotas: _____</p>

Hello, my name is _____. I'm calling from Environics, a national public opinion research firm. On behalf of the Government of Canada we're organizing a series of discussion groups to explore various issues of importance to the country.

EXPLAIN FOCUS GROUPS. About eight people like you will be taking part, all of them randomly recruited just like you. For their time, participants will receive an honorarium of \$100. But before we invite you to attend, we need to ask you a few questions to ensure that we get a good mix and variety of people. May I ask you a few questions?

- Yes **CONTINUE**
 No **ASK IF ANYONE ELSE IN THE HOUSEHOLD MIGHT BE INTERESTED**
IF NOT THANK AND TERMINATE

Participation is voluntary. We are interested in hearing your opinions, no attempt will be made to sell you anything or change your point of view. The format is a "round table" discussion lead by a research professional. All opinions expressed will remain anonymous and views will be grouped together to ensure no particular individual can be identified.

READ TO ALL: "This call may be monitored or audio taped for quality control and evaluation purposes."

ADDITIONAL CLARIFICATION IF NEEDED:

- to ensure that I (the interviewer) am reading the questions correctly and collecting your answers accurately;
- to assess my (the interviewer) work for performance evaluation;
- to ensure that the questionnaire is accurate/correct (i.e. evaluation of CATI programming and methodology – we're asking the right questions to meet our clients' research requirements – kind of like pre-testing).
- If the call is audio taped, it is only for the purposes of playback to the interviewer for a performance evaluation immediately after the interview is conducted or it can be used by the Project Manager/client to evaluate the questionnaire if they were unavailable at the time of the interview – all audio tapes are destroyed after the evaluation.

S1) Do you or any member of your household work in or has retired from:

	Yes	No
A marketing research firm	1	2
A magazine or newspaper	1	2
A radio or television station	1	2
A public relations company	1	2
The government, whether federal or provincial	1	2
For an advertising agency or graphic design firm	1	2
Tax preparation company	1	2
Accounting	1	2

IF "YES" TO ANY OF THE ABOVE, THANK AND TERMINATE

S2) Are you a Canadian citizen at least 20 years old who normally resides in the [XX] area?

Yes 1 **CONTINUE**
No 2 **THANK AND TERMINATE**

S3) How long have you lived in [CITY]? _____

TERMINATE IF LESS THAN 2 YEARS

S4) Are you the head or co-head of your household?

Yes 1 **CONTINUE**
No 2 **THANK AND TERMINATE**

S5) Have you ever attended a consumer group discussion, an interview or survey which was arranged in advance and for which you received a sum of money?

Yes 1 **MAX. 1/3 PER GROUP**
No 2 **GO TO Q1**

S6) How long ago was it? _____

TERMINATE IF IN THE PAST 6 MONTHS

S7) How many consumer discussion groups have you attended in the past 5 years?

TERMINATE IF MORE THAN 4 DISCUSSION GROUPS

ASK ALL

Q1) Could you please tell me what age category you fall in to? Are you...

ENSURE A GOOD MIX

Under 20	0	THANK AND TERMINATE
20-24 years	1	
25-34 years	2	
35-44 years	3	
45-54 years	4	
55-64 years	5	
65+ years	6	
Refuse	9	THANK AND TERMINATE

Q2) What is your current employment status?

Working full-time	1	
Working part-time	2	
Self-employed	3	
Retired	4	
Currently not working	5	SKIP TO Q4 – MAX 3 PER GROUP
Student	6	SKIP TO Q4 – MAX 3 PER GROUP
Other	7	
DK/RF	99	

Q3) And what sector of the economy do you work in?

ENSURE A GOOD MIX

- Agriculture, Forestry, Fishing and Hunting
- Mining and oil and gas extraction
- Construction
- Manufacturing
- Wholesale Trade
- Retail Trade
- Transportation and warehousing
- Information and cultural industries
- Finance and Insurance
- Real estate and rental and leasing
- Professional, scientific and technical services
- Management of companies and enterprises
- Administrative and support, waste management and remediation services
- Education services
- Utilities
- Health care and social assistance
- Arts, entertainment and recreation
- Accommodation and food services
- Public administration
- Other services (specify)

Q4) How many people above the age of 18 are there in your household?

One 1 **ASK 5A**
More than one 2 **SKIP TO 5B**

Q5a) **[IF Q4=1 ASK]** Was your household's income for 2015 greater or less than 75 thousand dollars?

\$75K or greater	1	Qualifies for group 2 UNLESS EMPLOYMENT STATUS = STUDENT
Less than \$75K	2	Qualifies for group 1
Refused	9	THANK AND TERMINATE

Q5b) **[IF Q4=2 ASK]** Was your household's income for 2015 greater or less than 100 thousand dollars?

\$100K or greater	1	Qualifies for group 2 UNLESS EMPLOYMENT STATUS = STUDENT
Less than \$100K	2	Qualifies for group 1
Refused	9	THANK AND TERMINATE

Q5c) **[IF Q5A OR Q5B =2 ASK]** And would that be:

Under \$20,000
Between \$20,000 and \$34,999
Between \$35,000 and \$44,999
Between \$45,000 and \$59,999
Between \$60,000 and \$74,999
[IF Q5b=2] Between \$75,000 and \$99,999

Q6) Could you please tell me what is the last level of education that you have completed?

ENSURE A GOOD MIX

Some high school only	1
Completed high school	2
Some College/University	3
Completed College/University	4
RF/DK	9

Q7) **DO NOT ASK – NOTE GENDER**

ENSURE 50-50 SPLIT

Male	1
Female	2

Invitation

Q8) Great, you qualify for one of our focus group sessions. Would you be available to attend a focus group on **(DATE @ TIME)**? It will last approximately 2 hours.

- | | | |
|------------------|---|----------------------------|
| Yes | 1 | CONTINUE |
| No | 2 | THANK AND TERMINATE |
| DK (do not read) | 3 | ARRANGE CALLBACK |

Q9) Participants in group discussions are asked to voice their opinions and thoughts, how comfortable are you in voicing your opinions in front of others **(IF APPROPRIATE: In English/French)**? Are you (read list)

- | | | |
|----------------------|---|----------------------------|
| Very comfortable | 1 | MINIMUM 4 PER GROUP |
| Fairly comfortable | 2 | |
| Comfortable | 3 | |
| Not very comfortable | 4 | THANK AND TERMINATE |
| Very uncomfortable | 5 | THANK AND TERMINATE |

As I mentioned earlier, the group discussion will take place the evening of, **DATE @ TIME for 2 hours** and participants will receive **\$75** for their time. Would you be willing to attend?

- | | | | |
|-----|----|-----------------|----------------------------|
| Yes | 1 | CONTINUE | |
| | No | 2 | THANK AND TERMINATE |

Mississauga, ON

Monday July 25, 2016

Group 1: Low/Middle HHI @ 5:30 pm \$100

Group 2: High HHI @ 7:30 pm \$100

Calgary AB

Wednesday July 27, 2016

Group 3: Low/Middle HHI @ 5:30 pm \$100

Group 4: High HHI @ 7:30 pm \$100

Montreal, QC (French)

Tuesday August 2, 2016

Group 5: Low/Middle HHI @ 5:30 pm \$100

Group 6: High HHI @ 7:30 pm \$100

Privacy Questions

Now I have a few questions that relate to privacy, your personal information and the research process. We will need your consent on a few issues that enable us to conduct our research. As I run through these questions, please feel free to ask me any questions you would like clarified.

P1) First, we will be providing the hosting facility and session moderator with a list of respondents' names and profiles (screener responses) so that they can sign you into the group. This information will not be shared with the Government of Canada department organizing this research. Do we have your permission to do this? I assure you it will be kept strictly confidential.

- Yes 1 **GO TO P2**
- No 2 **READ RESPONDENT INFO BELOW**

We need to provide the facility hosting the session and the moderator with the names and background of the people attending the focus group because only the individuals invited are allowed in the session and the facility and moderator must have this information for verification purposes. Please be assured that this information will be kept strictly confidential. **GO TO P1A**

P1a) Now that I've explained this, do I have your permission to provide your name and profile to the facility?

- Yes 1 **GO TO P2**
- No 2 **THANK & TERMINATE**

P2) An audio and/or video tape of the group session will be produced for research purposes. The tapes will be used only by the research professional to assist in preparing a report on the research findings and will be destroyed once the report is completed.

Do you agree to be audio and/or video taped for research purposes only?

- Yes 1 **THANK & GO TO P3**
- No 2 **READ RESPONDENT INFO BELOW**

It is necessary for the research process for us to audio/video tape the session as the researcher needs this material to complete the report.

P2a) Now that I've explained this, do I have your permission for audio/video taping?

- Yes 1 **THANK & GO TO P3**
- No 2 **THANK AND TERMINATE**

P3) Each month we submit the names of individuals that have participated in our focus groups to the Marketing Research and Intelligence Association Qualitative Central system (www.mria-arim.ca). Qualitative Central serves as a centralized database to review participation in qualitative research and focus groups. You will not be contacted for any reason whatsoever as a result of being on this list.

Do we have your permission to submit your name and phone number to MRIA's Qualitative Central system?

- Yes 1 **THANK & GO TO INVITATION**
- No 2 **GO TO P3A**

P3a) To participate in this focus group we must have your permission to add your name to the Qualitative Central system as it is the only way for us to ensure the integrity of the research process and track participation in qualitative research. The system is maintained by the industry body, the Professional Marketing Research Society, and is solely used to track your participation in qualitative research (such as focus groups). You will not be contacted for any reason whatsoever as a result of being on this list.

Now that I've explained this do I have your permission to add your name to our qualitative central list?

Yes **1 THANK & GO TO INVITATION**
 No **2 THANK & TERMINATE**

AS REQUIRED, ADDITIONAL INFO FOR THE INTERVIEWER:

Please be assured that this information is kept confidential and is strictly accessed and used by professional market research firms to review participation and prevent “professional respondents” from attending sessions. Research firms participating in MRIA’s Qualitative Central require your consent to be eligible to participate in the focus group - the system helps ensure the integrity of the research process.

AS REQUIRED, NOTE ABOUT MRIA:

The Marketing Research and Intelligence Association is a non-profit organization for marketing research professionals engaged in marketing, advertising, social, and political research. The Society's mission is to be the leader in promoting excellence in the practice of marketing and social research and in the value of market information.

Invitation:

Do you have a pen handy so that I can give you the address where the group will be held? It will be held at:

We ask that you arrive fifteen minutes early to be sure you find parking, locate the facility and have time to check-in with the hosts. The hosts may be checking respondents’ identification prior to the group, so please be sure to bring some personal identification with you (for example, a driver’s license). If you require glasses for reading make sure you bring them with you as well.

As we are only inviting a small number of people, your participation is very important to us. If for some reason you are unable to attend, please call us so that we may get someone to replace you. Please do not arrange for your own replacement. You can reach us at **[NUMBER]** at our office. Please ask for **[NAME]**. Someone will call you the day before to remind you about the discussion.

So that we can call you to remind you about the focus group or contact you should there be any changes, Can you please confirm your name and contact information for me? **[READ INFO WE HAVE AND CHANGE AS NECESSARY.]**

First name _____
 Last Name _____
 Email _____
 Day time phone number _____
 Night time phone number _____

If the respondent refuses to give his/her first or last name or phone number please assure them that this information will be kept strictly confidential in accordance with the privacy law and that it is used strictly to contact them to confirm their attendance and to inform them of any changes to the focus group. If they still refuse THANK & TERMINATE.

Sondage d'entreprise annuel de 2016 – PME

Questionnaire n° _____

Date du dernier groupe _____

Nombre de groupes antérieurs _____

<p>Montréal, QC (en français) [DATE] Groupe 3 : Décideurs de PME @ 17 h 30 100 \$ Groupe 4 : Intermédiaires fiscaux @ 19 h 30 100 \$</p> <p>Définitions : Décideurs de PME : <100 employés, responsable seul ou avec d'autres de la prise de décisions et traite avec l'ARC. Intermédiaires fiscaux : <100 employés et est un intermédiaire fiscal.</p>	<p>Recrutez : 8 personnes par groupe pour que 5 à 6 d'entre elles se présentent Prime : 100 \$ Étude n° : XXXXX</p>
<p>Nom du répondant : _____ N° de téléphone du répondant : _____ (maison) N° de téléphone du répondant : _____ (travail) N° de télécopieur du répondant : _____ envoyé? ou Courriel du répondant : _____ envoyé? Source de l'échantillon : panel aléatoire client référence (encerclez)</p>	<p>Intervieweur : _____ Date : _____ Validé : _____ Fichiers centraux : _____ Listes : _____ Quotas : _____</p>

Introduction

*** LISEZ L'INTRODUCTION APPROPRIÉE***

UNIQUEMENT LORSQUE VOUS FAITES DES APPELS PENDANT LES HEURES OUVRABLES

Bonjour, je m'appelle _____ et je vous téléphone de [nom], une firme nationale de recherche sur l'opinion publique. Nous organisons des groupes de discussion pour le compte du gouvernement du Canada afin d'examiner divers enjeux d'importance pour le pays.

- A. Nous désirons parler à des intermédiaires fiscaux, c'est-à-dire des gens qui travaillent avec des clients de petites entreprises sur des questions de fiscalité ou de paie. Est-ce votre cas?
- Oui **POSEZ Q1a**
Non **DEMANDEZ À PARLER À LA BONNE PERSONNE. SI ELLE N'EST PAS DISPONIBLE, PRENEZ UN RENDEZ-VOUS POUR LE RAPPEL. SI PAS D'INTERMÉDIAIRE FISCAL, POSEZ LA QUESTION « B ».**

- B. Nous désirons également parler à une personne qui est responsable, seule ou avec d'autres, de la prise de décisions dans votre organisation. Est-ce votre cas?
- Oui **POSEZ Q1a**
Non **DEMANDEZ À PARLER À LA BONNE PERSONNE. SI ELLE N'EST PAS DISPONIBLE, PRENEZ UN RENDEZ-VOUS POUR LE RAPPEL. SI PERSONNE DE RESPONSABLE OU SI NE VEUT PAS PARTICIPER, TERMINEZ.**

EXPLIQUEZ CE QUE SONT LES GROUPES DE DISCUSSION. Environ six personnes qui auront tout comme vous été choisies au hasard prendront part à la discussion. Les participants recevront une prime de 100 \$ en guise de remerciement pour le temps qu'ils nous auront accordé. Toutefois, avant de vous inviter à vous joindre à nous, j'aimerais vous poser quelques questions pour m'assurer que le groupe sera composé d'une bonne diversité de personnes. Puis-je vous poser quelques questions?

UNIQUEMENT LORSQUE VOUS FAITES DES APPELS APRÈS LES HEURES OUVRABLES

Bonjour, je m'appelle _____ et je vous téléphone de [nom], une firme nationale de recherche sur l'opinion publique. Nous organisons des groupes de discussion pour le compte du gouvernement du Canada afin d'examiner divers enjeux d'importance pour le pays. Puis-je parler à/Est-ce que je parle bien à ____ (VÉRIFIEZ LE NOM AFFICHÉ À L'ÉCRAN)?

Nous désirons parler à des intermédiaires fiscaux, c'est-à-dire des gens qui travaillent avec des clients de petites entreprises sur des questions de fiscalité ou de paie, ou encore à des gens qui sont responsables, seuls ou avec d'autres, de la prise de décisions dans votre organisation.

EXPLIQUEZ CE QUE SONT LES GROUPES DE DISCUSSION. Environ six personnes qui auront tout comme vous été choisies au hasard prendront part à la discussion. Les participants recevront une prime de 100 \$ en guise de remerciement pour le temps qu'ils nous auront accordé. Toutefois, avant de vous inviter à vous joindre à nous, j'aimerais vous poser quelques questions pour m'assurer que le groupe sera composé d'une bonne diversité de personnes. Puis-je vous poser quelques questions?

- Oui **CONTINUEZ**
Non **REMERCIEZ ET TERMINEZ**

Votre participation est volontaire. Nous désirons connaître votre opinion et nous ne tenterons pas de vous vendre quoi que ce soit ni de vous faire changer d'avis. La discussion se déroulera sous forme de table ronde et sera animée par un professionnel de la recherche. Toutes les opinions exprimées demeureront anonymes et les points de vue seront regroupés de sorte qu'il sera impossible d'identifier qui que ce soit.

LISEZ À TOUS : « Cet appel peut être écouté ou enregistré à des fins d'évaluation ou de contrôle de la qualité. »

CLARIFICATIONS SUPPLÉMENTAIRES AU BESOIN :

- Pour s'assurer que je lise les questions correctement et que je recueille vos réponses avec précision;
- Pour évaluer mon rendement;
- Pour vérifier que le questionnaire est exact/correct (c.-à-d. évaluation de la programmation ITAO et de la méthodologie – s'assurer que nous posons les bonnes questions pour répondre aux exigences de nos clients en matière de recherche – comme un prétest);
- Si l'appel est enregistré, l'enregistrement sert uniquement à évaluer le travail de l'intervieweur et est écouté immédiatement après la fin de l'entrevue. S'ils étaient absents au moment de l'entrevue, le client et le gestionnaire de projet pourraient également écouter l'enregistrement. Tous les enregistrements sont détruits après l'évaluation.

1a) Est-ce que vous, ou un membre de votre ménage, travaillez ou avez déjà travaillé pour...?

	Oui	Non
Une firme de recherche marketing	1	2
Un magazine ou un journal	1	2
Une station de radio ou une chaîne de télévision	1	2
Une firme de relations publiques	1	2
Le gouvernement fédéral ou provincial	1	2
Une agence de publicité ou de graphisme	1	2

SI « OUI » À L'UNE DE CES OPTIONS, REMERCIEZ ET TERMINEZ

1b) **NE DEMANDEZ PAS – NOTEZ LE SEXE (Visez 50-50 dans tous les groupes)**

Homme	1
Femme	2

1c) Vous y compris, environ combien d'employés votre entreprise compte-t-elle? Veuillez inclure tous les employés à temps plein et les employés permanents à temps partiel qui travaillent dans tous les emplacements et toutes les succursales de votre entreprise, s'il y a lieu.

BONNE DIVERSITÉ

1	1
2 – 4	2
5 – 19	3
20 – 49	4
50 – 99	5
100 ou plus	6
Je ne sais pas	9

REMERCIEZ ET TERMINEZ

REMERCIEZ ET TERMINEZ

1d) Êtes-vous responsable, seul(e) ou avec d'autres, de la prise de décisions dans votre organisation?

Oui	1	PASSEZ À Q1e
Non	2	PASSEZ À Q1f

1e) Traitez-vous avec l'Agence du revenu du Canada (ARC)?

Oui 1 **ADMISSIBLE AUX GROUPES DES DÉCIDEURS DE PME 1,3,5**
Non 2

- 1f) Êtes-vous un intermédiaire fiscal, c'est-à-dire quelqu'un qui travaille avec des clients de petites entreprises sur des questions de fiscalité ou de paie? Dans le cadre de cette étude, les petites entreprises désignent les firmes de moins de 100 employés. (AU BESOIN : Par exemple, un travailleur de H&R Block, d'un cabinet comptable, etc.)

Oui 1 **ADMISSIBLE AUX GROUPES DES INTERMÉDIAIRES FISCAUX 2,4,6**
Non 2

NOTE À L'INTERVIEWEUR :

Critères d'admissibilité des répondants :

Groupes de PME 1,3,5 :

<100 employés (Q1c=1-5),
Responsable de la prise de décisions Q1d=1) et
Traite avec l'ARC (Q1e=1).

Groupes d'intermédiaires fiscaux 2,4,6 :

<100 employés (Q1c=1-5) et
Est un intermédiaire fiscal (Q1f=1)

***Si le répondant est admissible aux deux catégories, inscrivez-le dans le groupe des intermédiaires fiscaux.**

- 3) Avant de vous poser d'autres questions pour vérifier votre admissibilité, seriez-vous disponible pour participer à un groupe de discussion qui aura lieu le **Date à Heure**? Le groupe durera tout au plus 2 heures et, comme je l'ai mentionné, vous recevrez 100,00 \$.

Oui 1 **CONTINUEZ**
Non 2 **REMERCIEZ ET TERMINEZ**
Ne sait pas (ne lisez pas) 3 **FIXEZ UN RENDEZ-VOUS POUR LE RAPPEL**

- 4a) Nous demandons aux participants des groupes de discussion d'exprimer leurs opinions et de verbaliser leurs pensées. Dans quelle mesure êtes-vous à l'aise d'exprimer votre opinion devant d'autres personnes? Êtes-vous...? (lisez la liste)

Très à l'aise 1 **MINIMUM 4 PAR GROUPE**
Plutôt à l'aise 2
À l'aise 3
Pas tellement à l'aise 4 **REMERCIEZ ET TERMINEZ**
Très mal à l'aise 5 **REMERCIEZ ET TERMINEZ**

- 5b) Avez-vous déjà participé à un groupe de discussion? Un groupe de discussion réunit diverses personnes dans le but d'obtenir leurs opinions sur un sujet donné.

Oui 1 **POSEZ Q5c ET Q5d**

Non 2 **PASSEZ À L'INVITATION**
NSP/PDR 9 **REMERCIEZ ET TERMINEZ**

5c) À combien de ces séances avez-vous participé?

_____ **SI >3 REMERCIEZ ET TERMINEZ; SINON, CONTINUEZ**

5d) Vous a-t-on invité(e) à participer à une séance qui aura lieu au cours des prochaines semaines?

Oui **REMERCIEZ ET TERMINEZ**
Non **CONTINUEZ**

Invitation

Comme je vous l'ai mentionné un peu plus tôt, le groupe de discussion aura lieu le **Date à Heure**. Accepteriez-vous d'y participer?

Oui 1 **CONTINUEZ**
Non 2 **REMERCIEZ ET TERMINEZ**

Montréal, QC (en français)

[DATE]

Groupe 3 : Décideurs de PME	@ 17 h 30	100 \$
Groupe 4 : Intermédiaires fiscaux	@ 19 h 30	100 \$

Enjeux relatifs à la confidentialité :

J'aurais maintenant quelques questions à vous poser à propos de la confidentialité, de vos renseignements personnels et du déroulement de la recherche. Nous devons obtenir votre permission par rapport à certains sujets pour pouvoir effectuer notre recherche. Lorsque je vous poserai ces questions, n'hésitez pas à me demander de les clarifier si vous en ressentez le besoin.

P1) Tout d'abord, nous fournirons une liste des noms et des profils (réponses au questionnaire) des participants aux hôtes et au modérateur, afin qu'ils puissent vous inscrire. Votre information ne sera pas partager avec le département du gouvernement du Canada qui organise ces sessions. Acceptez-vous que nous leur transmettions ces renseignements? Je peux vous assurer que ceux-ci demeureront strictement confidentiels.

Oui 1 **PASSEZ À P2**
Non 2 **LISEZ L'INFORMATION SUIVANTE AU RÉPONDANT**

Malheureusement, nous devons donner votre nom et votre profil aux hôtes et au modérateur du groupe de discussion, puisque seuls les gens qui sont invités à participer peuvent prendre part à la séance. Les hôtes et le modérateur ont besoin de ces renseignements à des fins de vérification uniquement. Soyez assuré(e) que ces renseignements demeureront strictement confidentiels. **PASSEZ À P1A**

P1a) Maintenant que je vous ai expliqué cela, acceptez-vous que nous transmettions votre nom et votre profil aux hôtes et au modérateur du groupe de discussion?

Oui	1	PASSEZ À P2
Non	2	REMERCIEZ ET TERMINEZ

P2) Il y aura un enregistrement audiovisuel de la séance et celui-ci servira uniquement à des fins de recherche. Les enregistrements seront uniquement utilisés par un professionnel de la recherche pour préparer le rapport sur les résultats de la recherche.

Acceptez-vous qu'un enregistrement audiovisuel de la séance soit effectué?

Oui	1	REMERCIEZ ET PASSEZ À P3
Non	2	LISEZ L'INFORMATION SUIVANTE AU RÉPONDANT

Malheureusement, nous devons faire un enregistrement audiovisuel de la séance puisque le professionnel de la recherche en a besoin pour rédiger son rapport.

P2a) Maintenant que je vous ai expliqué cela, acceptez-vous que nous fassions un enregistrement audiovisuel de la séance?

Oui	1	REMERCIEZ ET PASSEZ À P3
Non	2	REMERCIEZ ET TERMINEZ

P3) Chaque mois, nous soumettons le nom des personnes qui ont participé à nos séances au Registre central de recherche qualitative de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (www.mria-arim.ca). Le Registre central de recherche qualitative est une base de données centrale qui vérifie la participation aux entrevues de recherches qualitatives. Personne ne communiquera avec vous parce que votre nom se trouve sur cette liste.

Nous permettez-vous de soumettre votre nom et votre numéro de téléphone au Registre central de recherche qualitative de l'ARIM?

Oui	1	REMERCIEZ ET PASSEZ À L'INVITATION
Non	2	PASSEZ À P3A

P3a) Malheureusement, pour que vous puissiez participer à cette entrevue, nous devons avoir votre permission pour ajouter votre nom au Registre central de recherche qualitative puisqu'il s'agit du seul moyen qui nous permet d'assurer l'intégrité du processus de recherche et de faire le suivi de la participation aux recherches qualitatives. Le système est tenu à jour par l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing et il est uniquement utilisé pour faire le suivi de votre participation aux recherches qualitatives (comme les groupes de discussion). Personne ne communiquera avec vous parce que votre nom se trouve sur cette liste.

Maintenant que je vous ai expliqué cela, acceptez-vous que nous ajoutions votre nom au Registre central de recherche qualitative?

Oui	1	REMERCIEZ ET PASSEZ À L'INVITATION
Non	2	REMERCIEZ ET TERMINEZ

AU BESOIN, RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES POUR L'INTERVIEWEUR :

Soyez assuré(e) que cette information demeurera confidentielle et seules les firmes de recherche marketing professionnelles pourront y accéder et l'utiliser pour vérifier la participation et empêcher les « répondants professionnels » de participer aux séances. Les firmes de recherche qui participent au Registre central de recherche qualitative de l'ARIM ont besoin de votre autorisation avant que vous ne soyez admissible à participer au groupe. Cette procédure contribue à assurer l'intégrité du processus de recherche.

AU BESOIN, NOTE À PROPOS DE L'ARIM :

L'Association de la recherche et de l'intelligence marketing est un organisme à but non lucratif qui regroupe des professionnels de la recherche marketing impliqués dans le marketing, la publicité, les recherches sociales et politiques. La mission de l'Association est d'être le leader dans la promotion de l'excellence dans la pratique du marketing et des recherches sociales ainsi que dans la valeur de l'information sur les marchés.

Invitation

Avez-vous un crayon à portée de la main pour prendre en note l'adresse de l'endroit où se tiendra le groupe de discussion? Il aura lieu à

Nous vous demandons d'arriver quinze minutes avant l'heure prévue pour vous permettre de stationner votre voiture, de trouver l'endroit et de vous présenter. Il est possible qu'on vous demande de vous identifier avant la tenue de la séance. Par conséquent, assurez-vous d'avoir une pièce d'identité (par exemple, un permis de conduire). De plus, si vous avez besoin de lunettes pour lire, veuillez les apporter.

Comme nous n'invitons qu'un petit nombre de personnes, votre participation est très importante pour nous. Si, pour une raison ou une autre vous ne pouvez pas vous participer, veuillez nous en aviser pour que nous puissions vous remplacer. Vous pouvez nous joindre au

[#]. Demandez à parler à [nom]. Quelqu'un communiquera avec vous la veille du groupe de discussion pour confirmer votre présence.

Afin que nous puissions vous appeler pour confirmer votre présence ou pour vous informer si des changements survenaient, pourriez-vous me confirmer votre nom et vos coordonnées? **[LISEZ LES COORDONNÉES QUE NOUS AVONS ET MODIFIEZ AU BESOIN.]**

Prénom _____

Nom de famille _____

Courriel _____

N° de téléphone le jour _____

N° de téléphone le soir _____

Si le répondant refuse de donner son prénom, son nom ou son numéro de téléphone, dites-lui que ces renseignements demeureront strictement confidentiels en vertu de la loi sur le respect de la vie privée et que ceux-ci seront uniquement utilisés pour le contacter afin de confirmer sa participation et pour l'informer de tout changement concernant l'entrevue. S'il refuse toujours, REMERCIEZ ET TERMINEZ.

Recruitment Screener Annual Corporate Survey 2016 – SMB

Questionnaire # _____

Date of Last Group _____
of previous groups _____

<p>Toronto, ON Tuesday July 26, 2016 Group 1: SMB Decision-makers @ 5:30 pm \$175 Group 2: Tax Intermediaries @ 7:30 pm \$150</p> <p>Calgary, AB Thursday July 28, 2016 Group 3: SMB Decision-makers @ 5:30 pm \$175 Group 4: Tax Intermediaries @ 7:30 pm \$150</p> <p>Montreal, QC (French) Wednesday August 3, 2016 Group 5: SMB Decision-makers @ 5:30 pm \$175 Group 6: Tax Intermediaries @ 7:30 pm \$150</p>	<p>Recruit: 8 for 5 to 6 show per group</p> <p>Study#: XXXXX</p> <p>Definitions: SMB Decision-makers: <100 employees, has sole/shared decision-making responsibilities and deals with the CRA.</p> <p>Tax Intermediary: <100 employees and is a tax intermediary.</p>
<p>Respondent's name: _____</p> <p>Respondent's phone #: _____ (home)</p> <p>Respondent's phone #: _____ (work)</p> <p>Respondent's fax #: _____ sent? _____ or</p> <p>Respondent's e-mail : _____ sent? _____</p> <p>Sample source (<i>circle</i>): panel random client referral</p>	<p>Interviewer: _____</p> <p>Date: _____</p> <p>Validated: _____</p> <p>Quality Central: _____</p> <p>On List: _____</p> <p>On Quotas: _____</p>

Introduction

***** READ THE APPLICABLE INTRO*****

FOR DAYTIME CALLING ONLY

Hello, my name is _____. I'm calling from Environics, a national public opinion research firm. On behalf of the Government of Canada we're organizing a series of discussion groups to explore various issues of importance to the country.

A.
We are looking to speak to tax-intermediaries who are individuals who work with small business clients on tax-related or payroll matters. Would you be this person?

- Yes **CONTINUE TO Q1a**
- No **ASK FOR THE APPROPRIATE CONTACT. IF CONTACT NOT AVAILABLE SCHEDULE CALLBACK. IF DOES NOT EXIST, CONTINUE TO "B".**

B.
We are also looking to speak to someone who has shared or sole decision making responsibilities in your organization. Would you be this person?

- Yes **CONTINUE to Q1a**
- No **ASK FOR THE APPROPRIATE CONTACT. IF CONTACT NOT AVAILABLE SCHEDULE CALLBACK. IF DOES NOT EXIST OR NOT WILLING, TERMINATE.**

EXPLAIN FOCUS GROUPS. About six people like you will be taking part, all of them randomly recruited just like you. For their time, participants will receive an honorarium of \$175. But before we invite you to attend, we need to ask you a few questions to ensure that we get a good mix and variety of people. May I ask you a few questions?

FOR EVENING CALLING ONLY

Hello, my name is _____. I'm calling from Environics, a national public opinion research firm. On behalf of the Government of Canada we're organizing a series of discussion groups to explore various issues of importance to the country. Can I speak with/am I speaking with ____ (CHECK NAME ON THE COMPUTER SCREEN).

We are looking to speak to tax-intermediaries who are individuals who work with small business clients on tax-related or payroll matters as well as sole or shared decision makers within organizations.

EXPLAIN FOCUS GROUPS. About six people like you will be taking part, all of them randomly recruited just like you. For their time, participants will receive an honorarium of \$150. But before we invite you to attend, we need to ask you a few questions to ensure that we get a good mix and variety of people. May I ask you a few questions?

- Yes **CONTINUE**
- No **THANK AND TERMINATE**

Participation is voluntary. We are interested in hearing your opinions, no attempt will be made to sell you anything or change your point of view. The format is a "round table" discussion lead by a research professional. All opinions expressed will remain anonymous and views will be grouped together to ensure no particular individual can be identified.

READ TO ALL: “This call may be monitored or audio taped for quality control and evaluation purposes.”

ADDITIONAL CLARIFICATION IF NEEDED:

- to ensure that I (the interviewer) am reading the questions correctly and collecting your answers accurately;
- to assess my (the interviewer) work for performance evaluation;
- to ensure that the questionnaire is accurate/correct (i.e. evaluation of CATI programming and methodology – we’re asking the right questions to meet our clients’ research requirements – kind of like pre-testing).
- If the call is audio taped, it is only for the purposes of playback to the interviewer for a performance evaluation immediately after the interview is conducted or it can be used by the Project Manager/client to evaluate the questionnaire if they were unavailable at the time of the interview – all audio tapes are destroyed after the evaluation.

1a) Do you or any member of your household work in or has retired from:

	Yes	No
A marketing research firm	1	2
A magazine or newspaper	1	2
A radio or television station	1	2
A public relations company	1	2
The government, whether federal or provincial	1	2
For an advertising agency or graphic design firm	1	2

IF “YES” TO ANY OF THE ABOVE, THANK AND TERMINATE

1b) **DO NOT ASK – NOTE GENDER (target a 50/50 split in all groups)**

Male 1
Female 2

1c) Approximately how many employees, including yourself, does your company have including all full-time and permanent part-time personnel, from all locations or branches if more than one exists?

ENSURE GOOD MIX PER GROUP

1	1	
2 – 4	2	
5 – 19	3	
20 – 49	4	
50 – 99	5	
100 or more	6	THANK AND TERMINATE
Don’t know	9	THANK AND TERMINATE

1d) Do you have sole or shared decision-making responsibilities in your organization?

Yes	1	GO TO Q1e
No	2	GO TO Q1f

1e) Do you deal with the Canada Revenue Agency (CRA)?

Yes	1	QUALIFIES FOR SMB GROUPS 1,3,5
No	2	

1f) Are you a tax-intermediary, that is, someone who works with small business clients on tax-related or payroll matters? For this study, small businesses are defined as firms with fewer than 100 employees. (IF NEEDED: For example, people working at H&R block, accounting firms, etc)

Yes	1	QUALIFIES FOR TAX INTERMEDIARY GROUPS 2,4,6
No	2	

INTERVIEWER NOTE:

Respondent qualifies as follows:

SMB Groups 1,3,5: <100 employees (Q1c=1-5), has decision-making responsibilities (Q1d=1) and deals with the CRA (Q1e=1).

Tax Intermediary Groups 2,4,6: <100 employees (Q1c=1-5) and is a tax intermediary (Q1f=1).

***If a respondent qualifies for both, place them in the Tax Intermediary Group.**

3) Before we ask you further qualification questions, would you be available to attend a focus group on **Date, at Time?** It will last no more than 2 hours, and as mentioned, you would be receiving \$100.00.

Yes	1	CONTINUE
No	2	THANK AND TERMINATE
DK (do not read)	3	ARRANGE CALLBACK

4a) Participants in group discussions are asked to voice their opinions and thoughts, how comfortable are you in voicing your opinions in front of others? Are you (read list)

Very comfortable	1	minimum 4 per group
Fairly comfortable	2	
Comfortable	3	
Not very comfortable	4	THANK AND TERMINATE
Very uncomfortable	5	THANK AND TERMINATE

5b) Have you participated in a focus group before? A focus group brings together a few people in order to know their opinion about a given subject.

Yes	1	ASK Q5c AND Q5d
No	2	SKIP TO INVITE

DNK / DNA 9 **THANK AND TERMINATE**

5c) And how many of these sessions have you attended?

_____ **IF >3 THANK AND TERMINATE. OTHERWISE CONTINUE**

5d) Have you been invited to participate in one of these sessions in the next few weeks?

Yes **THANK AND TERMINATE**

No **CONTINUE**

Invitation

As I mentioned earlier, the group discussion will take place on **Date at Time**. Would you be willing to attend?

Yes 1 **CONTINUE**

No 2 **THANK AND TERMINATE**

Toronto, ON		
Tuesday July 26, 2016		
Group 1: SMB Decision-makers	@ 5:30 pm	\$175
Group 2: Tax Intermediaries	@ 7:30 pm	\$150
Calgary, AB		
Thursday July 28, 2016		
Group 3: SMB Decision-makers	@ 5:30 pm	\$175
Group 4: Tax Intermediaries	@ 7:30 pm	\$150
Montreal, QC (French)		
Wednesday August 3, 2016		
Group 5: SMB Decision-makers	@ 5:30 pm	\$175
Group 6: Tax Intermediaries	@ 7:30 pm	\$150

Privacy Questions

Now I have a few questions that relate to privacy, your personal information and the research process. We will need your consent on a few issues that enable us to conduct our research. As I run through these questions, please feel free to ask me any questions you would like clarified.

P1) First, we will be providing the hosting facility and session moderator with a list of respondents' names and profiles (screener responses) so that they can sign you into the group. This information will not be shared with the Government of Canada department organizing this research. Do we have your permission to do this? I assure you it will be kept strictly confidential.

Yes 1 **GO TO P2**

No 2 **READ RESPONDENT INFO BELOW**

We need to provide the facility hosting the session and the moderator with the names and background of the people attending the focus group because only the individuals invited are allowed in the session

and the facility and moderator must have this information for verification purposes. Please be assured that this information will be kept strictly confidential. **GO TO P1A**

P1a) Now that I've explained this, do I have your permission to provide your name and profile to the facility?

Yes	1	GO TO P2
No	2	THANK & TERMINATE

P2) An audio and/or video tape of the group session will be produced for research purposes. The tapes will be used by the research professional to assist in preparing a report on the research findings.

Do you agree to be audio and/or video taped for research purposes only?

Yes	1	THANK & GO TO P3
No	2	READ RESPONDENT INFO BELOW

It is necessary for the research process for us to audio/video tape the session as the researcher needs this material to complete the report.

P2a) Now that I've explained this, do I have your permission for audio/video taping?

Yes	1	THANK & GO TO P3
No	2	THANK AND TERMINATE

P3) Each month we submit the names of individuals that have participated in our focus groups to the Marketing Research and Intelligence Association Qualitative Central system (www.mria-arim.ca). Qualitative Central serves as a centralized database to review participation in qualitative research and focus groups. You will not be contacted for any reason whatsoever as a result of being on this list.

Do we have your permission to submit your name and phone number to MRIA's Qualitative Central system

Yes	1	THANK & GO TO INVITATION
No	2	GO TO P3A

P3a) To participate in this focus group we must have your permission to add your name to the Qualitative Central system as it is the only way for us to ensure the integrity of the research process and track participation in qualitative research. The system is maintained by the industry body, the Professional Marketing Research Society, and is solely used to track your participation in qualitative research (such as focus groups). You will not be contacted for any reason whatsoever as a result of being on this list.

Now that I've explained this do I have your permission to add your name to our qualitative central list?

Yes	1	THANK & GO TO INVITATION
No	2	THANK & TERMINATE

AS REQUIRED, ADDITIONAL INFO FOR THE INTERVIEWER:

Please be assured that this information is kept confidential and is strictly accessed and used by professional market research firms to review participation and prevent "professional respondents" from attending sessions. Research

firms participating in MRIA's Qualitative Central require your consent to be eligible to participate in the focus group - the system helps ensure the integrity of the research process.

AS REQUIRED, NOTE ABOUT MRIA:

The Marketing Research and Intelligence Association is a non-profit organization for marketing research professionals engaged in marketing, advertising, social, and political research. The Society's mission is to be the leader in promoting excellence in the practice of marketing and social research and in the value of market information.

Invitation:

Do you have a pen handy so that I can give you the address where the group will be held? It will be held at:

We ask that you arrive fifteen minutes early to be sure you find parking, locate the facility and have time to check-in with the hosts. The hosts may be checking respondents' identification prior to the group, so please be sure to bring some personal identification with you (for example, a driver's license). If you require glasses for reading make sure you bring them with you as well.

As we are only inviting a small number of people, your participation is very important to us. If for some reason you are unable to attend, please call us so that we may get someone to replace you. Please do not arrange for your own replacement. You can reach us at **[number]** at our office. Please ask for **[name]**. Someone will also call you the day before to remind you about the discussion.

So that we can call you to remind you about the focus group or contact you should there be any changes, Can you please confirm your name and contact information for me? **[READ INFO WE HAVE AND CHANGE AS NECESSARY.]**

First name _____
 Last Name _____
 Email _____
 Day time phone number _____
 Night time phone number _____

If the respondent refuses to give his/her first or last name or phone number please assure them that this information will be kept strictly confidential in accordance with the privacy law and that it is used strictly to contact them to confirm their attendance and to inform them of any changes to the focus group. If they still refuse THANK & TERMINATE.

Annexe D : Guides de discussion (français et anglais)

ARC – GUIDE DE DISCUSSION (Grand public)

Introduction (5 minutes)

- Remerciez les participants de s'être déplacés.
- Informez-les de la durée de la séance (2 heures).
- Soulignez le fait que la discussion est enregistrée et qu'il y a un miroir d'observation derrière lequel se trouvent des collègues (vous êtes anonymes, les observateurs connaissent pas de l'information personnelle, sont présents pour observer le modérateur).
- Insistez sur le fait que les résultats sont entièrement confidentiels et qu'ils seront rapportés une fois compilés. / Personne ne sera identifié. / La participation est volontaire.
- Expliquez le rôle du modérateur : poser des questions, respecter le temps alloué, s'assurer que tous participent et faire preuve d'objectivité.
- Assurez les participants que le modérateur n'a pas de parti pris ni de connaissance particulière des sujets qui feront l'objet de la discussion.
- Expliquez le rôle des participants : nous ne vous demandons pas d'être des experts, vous n'avez pas à tous être d'accord, nous vous demandons d'exprimer vos opinions ouvertement et honnêtement et rappelez-vous qu'il n'y a pas de mauvaises réponses.
- SVP fermez ou silences les téléphones cellulaires
- Invitez les participants à se présenter, en ne donnant que leur prénom.

Impressions de l'ARC (20 minutes)

- Ce soir, nous parlerons de l'ARC, l'Agence du revenu du Canada. À votre connaissance, quelles sont les activités de l'ARC?
- Quel rôle joue-t-elle dans l'élaboration des politiques fiscales? Dans la mise en œuvre des politiques fiscales?

L'Agence du revenu du Canada est l'agence du gouvernement fédéral qui est responsable de certaines choses, par exemple : la perception de l'impôt sur le revenu, l'administration de la TPS/TVH (ou taxe sur les produits et services) et le programme de Prestation fiscale canadienne pour enfants.

- Dans l'ensemble, quelles sont vos impressions à l'égard du régime fiscal du Canada?
- Et quelles sont vos impressions à l'égard de l'ARC, c'est-à-dire l'agence chargée de la mise en œuvre du régime fiscal et de la gestion de son fonctionnement?
- Qu'est-ce que l'ARC fait bien?
- En tant qu'organisation, qu'est-ce que l'ARC peut améliorer?
- Avez-vous le sentiment que l'ARC améliore certaines choses depuis les dernières années?
- Quelles caractéristiques reflètent le mieux l'ARC? Lesquelles reflètent le moins l'ARC? (Sondez)
 - Intégrité
 - Confiance
 - Efficacité
 - Organisation/coordination
 - Constance
 - L'honnêteté
 - Respect
 - L'équité

- (Pour chaque caractéristique) Qu'est-ce qui vous fait dire cela?

Enjeux actuels et comportement [25 minutes]

- Prenons quelques minutes pour discuter de la production des déclarations de revenus.
- La plupart des gens n'aiment pas faire leur déclaration de revenus, mais j'aimerais en savoir un peu plus au sujet du processus que vous suivez chaque année lorsque vous faites votre déclaration de revenus.
- En ce qui concerne votre déclaration de revenus personnelle, la remplissez-vous vous-même ou demandez-vous à quelqu'un de la remplir pour vous? Si quelqu'un la remplit pour vous, de qui s'agit-il? Pourquoi demandez-vous à quelqu'un d'autre de le faire pour vous?
- De quelle façon remplissez-vous et produisez-vous habituellement votre déclaration de revenus? Le faites-vous en format papier ou électronique? Pourquoi/Pourquoi pas?
- Est-ce que vous produisez habituellement votre déclaration à temps ou si vous la produisez en retard?
- Devez-vous habituellement réunir beaucoup de renseignements, ou avez-vous habituellement relativement peu de choses à obtenir et à réunir?
- En général, combien de temps vous faut-il pour faire votre déclaration de revenus?
- Remplissez-vous la déclaration de revenus d'autres personnes en plus de la vôtre?
- Trouvez-vous le processus plus facile/plus difficile ces dernières années? Pourquoi?
- Avez-vous déjà entendu parler de Mon dossier? Vous êtes-vous inscrit(e)?
- Effectuer des paiements à l'ARC – vous est-il souvent arrivé d'en faire? De quelle façon les avez-vous faits (par la poste, par l'entremise d'une banque)?
 - Dans quelle mesure est-il facile/difficile de faire des paiements?
 - Qu'est-ce que vous aimez/Qu'est-ce que vous n'aimez pas des différents modes/systèmes de paiement?
- Avez-vous visité le site Web de l'ARC?
- Avez-vous cherché des renseignements sur ce site? Avez-vous trouvé ce dont vous aviez besoin, l'explication était-elle claire?
- Les renseignements étaient-ils à jour, faciles à comprendre, faciles à trouver?

Production de déclarations de revenus en ligne [25 minutes]

- Il y a quelques minutes, je vous ai demandé de m'indiquer si vous produisez votre déclaration de revenus en format électronique ou papier.
- J'aimerais explorer pendant quelques minutes certaines questions/considérations à propos des services électroniques de l'ARC.
- Quel a été votre niveau de satisfaction générale à l'égard des outils en ligne de l'ARC? Vous souvenez-vous des éléments qui fonctionnaient bien/qui pourraient être améliorés?
- Dans l'ensemble, les outils en ligne ont-ils simplifié le processus? L'ARC devrait-elle mettre en place plus ou moins d'outils en ligne dans l'avenir?

Service de l'ARC [25 minutes]

- J'aimerais que nous parlions plus en détail du service offert par l'ARC.
- Avez-vous déjà communiqué avec l'ARC pour d'autres raisons que la production de déclarations de revenus? Pourquoi l'avez-vous contactée? Au cours de la dernière année, avez-vous communiqué plus souvent/moins souvent qu'à l'habitude avec l'ARC? Pourquoi?
- De quelle façon avez-vous communiqué avec l'ARC (téléphone, courriel, poste, télécopieur)?
- Le service a-t-il satisfait/surpassé vos attentes en ce qui concerne :

- i. Le temps d'attente
 - ii. Leur connaissance de la question
 - iii. La facilité à comprendre les renseignements
 - iv. L'exactitude des renseignements
 - v. Le règlement
- Pourquoi avez-vous qualifié le service que vous avez reçu de cette façon?
 - Quelles sont vos impressions du personnel de l'ARC pour ce qui est du service à la clientèle?
 - Avez-vous l'impression que l'accent que l'ARC met sur le service à la clientèle s'améliore/se détériore/demeure sensiblement le même?
 - (S'il y a des problèmes) Quelle sorte de problème avez-vous eu, le problème a-t-il été réglé?
 - Méthode privilégiée pour recevoir des renseignements de l'ARC.

L'intégrité du régime fiscal [15 minutes] (si le temps le permet)

- Comme vous le savez, le régime fiscal du Canada est un régime volontaire.
- Croyez-vous que la plupart des gens que vous connaissez respectent les règles fiscales ou non?
- Selon vous, à quel point l'ARC est-elle efficace pour trouver les personnes qui ne paient pas leur juste part d'impôt et régler ces cas? Croyez-vous que l'ARC est meilleure/pire que les autorités fiscales des autres pays développés?
- Quels sont les implications des gens qui ne paient pas leur juste part d'impôt? Quel est l'impact sur vous/les Canadiens/l'ARC quant les gens ne paient pas leur juste part d'impôt?
- Pensez-vous que les gens qui participent dans l'économie clandestine ne payent pas leurs juste part d'impôts?
- De quels genres de renseignements les gens auraient-ils besoin selon vous pour être convaincus que le régime fiscal est bien géré et qu'on s'occupe de régler les problèmes?
 - Si la réponse est non, demandez :
 - Est-ce qu'ils voudraient savoir ce que l'ARC fait pour épingler les gens qui ne paient pas leurs impôts?
 - Ou ce qui arrive aux gens qui se font épingler?
 - D'autre chose?

Conclusion (5 minutes)

Nous avons couvert de nombreux sujets ce soir et j'apprécie réellement le temps et l'énergie que vous avez mis pour vous rendre ici et donner votre opinion. Vos commentaires sont très importants et apportent un éclairage nouveau.

- En conclusion, j'aimerais vous demander si vous avez d'autres commentaires à formuler à l'Agence du revenu du Canada (ARC).

CRA MODERATOR'S GUIDE (Gen Pop)

Introduction (5 Minutes)

- Thank participants for attending
- Advise on the length of the session (2 hours)
- Highlight recording of the discussion, one-way mirror and colleagues viewing in back room (participants are anonymous - GoC observers do not know any personal information, are present to observe the moderator and increase general understanding of the topics to be discussed)
- Highlight the fact that results are entirely confidential and reported all together/individuals are not identified/participation is voluntary
- Explain the role of moderator: to ask questions, to be timekeeper, to ensure everyone participates, and to be objective
- Assure participants moderator has no special interest in or knowledge of the issues discussed
- Explain role of participants: not expected to be experts, no need to agree with each other, speak openly and frankly about opinions and remember that there are no wrong answers
- Please silence or turn off any mobile devices
- Invite participants to introduce themselves, just first names

Impressions of CRA (20 Minutes)

- Tonight we are going to be speaking about the CRA, or the Canada Revenue Agency. From what you know, what the CRA do?

The Canada Revenue Agency is the agency of the federal government responsible for such things as: the collection of income tax, administration of the GST/HST (or Goods and Services Tax), and the Canada Child Tax Benefit Program.

- Overall, what are your impressions of Canada's tax system?
- And what are your impressions of the CRA, that is, the agency responsible for the administration of the tax system?
- What does the CRA do well?
- What can the CRA improve upon?
- Is it your sense that there are things the CRA has improved in recent years?
- What characteristics best reflect the CRA? Least reflect the CRA? (Probe)
 - Integrity
 - Trust
 - Efficiency
 - Organization/coordination/efficiency
 - Consistency
 - Honesty
 - Respect
 - Fairness
- (For each) What makes you say that?

Current Issues and Behaviour [25 Minutes]

- Let's talk for a few minutes about tax filing.

- Most people don't like doing their taxes, but I am interested in learning a bit more about the process that you go through each year when you do your taxes.
- For your own return, do you do it yourself, or do you have someone do it for you? If someone does it for you, who are they? Why do you get them to do it?
- How do you typically file your taxes? Do you do it on paper, do you file online? Why/why not?
- Did you pick up a paper copy of the General Income Tax and Benefits Guide in a post office this year? What did you use it for?
- Do you usually get it in on time, or submit your taxes late?
- Do you typically have a lot of information to put together, or are there relatively few items you usually need to collect and put together?
- How long does it typically take you do to your taxes?
- Do you complete other peoples' taxes as well as your own?
- Do you find the process easier/more difficult in recent years? Why?
- For those who filed online: did you recently switch to online filing in the past three years? If so, what made you switch?
- Have you heard of MyAccount? Have you set it up?
- Making payments to the CRA - how often have you done it? How have you done it (by mail, through bank,)?
 - How easy/difficult is it to do?
 - Likes/dislikes about different payment methods/systems?
- Have you visited the CRA website?
- Have you looked for information there? Did you find what you needed, was the explanation of the issue clear?
- Was info up to date, easy to understand, and easy to find?

Online submissions of Taxes [25 Minutes]

- You told me a few minutes ago about whether you file your taxes online or complete them on paper.
- I would like to explore some of the issues/considerations about the CRA's online services for a few minutes.
- What was your general satisfaction with CRA online services? Can you recall elements that work well/could be improved upon?
- Overall, have online tools simplified the process? Should CRA introduce more or less online services in future?

CRA Service [25 Minutes]

- I would like to discuss how the CRA provides service in more detail with you.
- In the past have you contacted CRA for reasons other than tax filing? Why did you get in touch with them? Did you contact them more/less this past year than previously? Why?
- Through what means have you made contact (phone, mail, fax)?
- Did the service meet/exceed expectations, in terms of:
 - i. Wait time
 - ii. Knowledge of the issue
 - iii. Ease of understanding information they provided
 - iv. Consistency of information
 - v. Resolution
- Why do you characterize the service experience that way?
- Did you get what you wanted from that interaction?
- What are your impressions of CRA staff in terms of their customer service orientation?
- Is your impression that CRA's customer service focus is improving/declining/ remaining about the same?
- (If any problems) Type of problems encountered, was it resolved?
- Preferred method of receiving information from CRA?

Integrity of the Tax System [15 Minutes] (Time permitting)

- As you know, Canada's tax system is a voluntary system
- Do you believe that most people you know follow tax rules, or not?
- How effective do you think CRA is at finding and addressing issues involving people not paying their fair share of taxes? Do you think CRA is better/worse than other developed countries' tax administration systems?
- What are the implications of people not paying their fair share of taxes? What are the impacts on you/Canada/CRA of people who do not pay their fair share?
- Do you think that people who participate in the underground economy are not paying their fair share?
- What sorts of information do you think people would need to know to have confidence the tax system is being managed and issues being addressed
 - If no response, ask about:
 - Would they want to know what CRA is doing to catch people who do not pay their taxes?
 - Or what happens to those who are caught?
 - Anything else?

Conclusion (5 minutes)

We have covered a lot of topics today and really appreciate you taking the time and energy to come down here and give your opinion. Your input is very important and insightful!

- To conclude, I wanted to ask you whether you have any last thoughts that you want to provide the Canada Revenue Agency (CRA).

ARC – GUIDE DE DISCUSSION (PME/Intermédiaires)

Introduction (5 minutes)

- Remerciez les participants de s'être déplacés.
- Informez-les de la durée de la séance (2 heures).
- Soulignez le fait que la discussion est enregistrée et qu'il y a un miroir d'observation derrière lequel se trouvent des collègues.
- Insistez sur le fait que les résultats sont entièrement confidentiels et qu'ils seront rapportés une fois compilés./Personne ne sera identifié./La participation est volontaire.
- Expliquez le rôle du modérateur : poser des questions, respecter le temps alloué, s'assurer que tous participent et faire preuve d'objectivité.
- Assurez les participants que le modérateur n'a pas de parti pris ni de connaissance particulière des sujets qui feront l'objet de la discussion.
- Expliquez le rôle des participants : nous ne vous demandons pas d'être des experts, vous n'avez pas à tous être d'accord, nous vous demandons d'exprimer vos opinions ouvertement et honnêtement et rappelez-vous qu'il n'y a pas de mauvaises réponses.
- Invitez les participants à se présenter, en ne donnant que leur prénom.

Impressions de l'ARC (20 minutes)

- Ce soir, nous parlerons de l'ARC, c'est-à-dire de l'Agence du revenu du Canada.

L'Agence du revenu du Canada est l'agence du gouvernement fédéral qui est responsable de certaines choses, par exemple : la perception de l'impôt sur le revenu, l'administration de la TPS/TVH (ou taxe sur les produits et services) et le programme de Prestation fiscale canadienne pour enfants. Nous nous intéresserons ce soir aux échanges que vous avez avec l'ARC pour votre entreprise – nous parlerons à d'autres personnes concernant leurs échanges en tant que consommateurs.

- Dans l'ensemble, quelles sont vos impressions à l'égard du régime fiscal du Canada?
- Et quelles sont vos impressions à l'égard de l'ARC, c'est-à-dire l'agence chargée de la mise en œuvre du régime fiscal et de la gestion de son fonctionnement?
- Qu'est-ce que l'ARC fait bien?
- En tant qu'organisation, qu'est-ce que l'ARC peut améliorer?
- Avez-vous le sentiment que l'ARC améliore certaines choses depuis les dernières années?
- Croyez-vous que l'ARC écoute suffisamment les entreprises et les intermédiaires ou tient suffisamment compte de leurs idées dans l'élaboration de ses politiques?
- Quelles caractéristiques reflètent le mieux l'ARC? Lesquelles reflètent le moins l'ARC? (Sondez)
 - Intégrité
 - Confiance
 - Efficacité
 - Organisation/coordination
 - Constance
 - L'honnêteté
 - Respect
 - L'équité
- (Pour chaque caractéristique) Qu'est-ce qui vous fait dire cela? Est-ce que l'ARC s'améliore ou empire dans ces domaines? Pourquoi?

- Selon vous, à quel point l'ARC arrive-t-elle à bien collaborer avec les autres organismes de réglementation? L'ARC s'améliore-t-elle/empire-t-elle dans ce domaine?
- Croyez-vous que l'ARC fait plus d'efforts pour répondre aux besoins des entreprises et des intermédiaires? Croyez-vous que l'ARC est déterminée à améliorer ses processus pour en augmenter l'efficacité/l'efficacités/la clarté?

Enjeux actuels et comportement [20 minutes]

- Prenons quelques minutes pour discuter de la production des déclarations de revenus.
- En ce qui concerne la déclaration de revenus de votre entreprise, la remplissez-vous vous-même ou demandez-vous à quelqu'un de la remplir pour vous? Si quelqu'un la remplit pour vous, de qui s'agit-il?
- **(Intermédiaire)** Environ combien de déclarations de revenus remplissez-vous chaque année pour des petites entreprises?
- De quelle façon remplissez-vous et produisez-vous habituellement la déclaration de revenus de votre entreprise/de vos clients? Le faites-vous en format papier ou électronique? Pourquoi/Pourquoi pas?
- Est-ce que vous devez/Est-ce que vos clients doivent habituellement réunir beaucoup de renseignements, ou avez-vous habituellement relativement peu de choses à obtenir et à réunir?
- En général, combien de temps vous faut-il pour faire la déclaration de revenus de votre entreprise?
- **(Intermédiaire)** Combien de temps faut-il pour faire la déclaration de revenus d'une entreprise type?
- **(Intermédiaire)** Quels sont les plus grands défis que vous observez dans vos relations avec les propriétaires de petites entreprises en ce qui concerne les impôts? Ces défis sont-ils plus/moins grands avec le temps?
- **(PME)** Quels sont les plus grands défis dans vos relations comme propriétaire avec l'ARC?
- **(Intermédiaire)** Selon vos observations, quels sont les plus grands défis auxquels font face les petites entreprises dans leurs relations avec l'ARC?
- (Propriétaires de petites entreprises) Est-ce plus difficile/moins difficile que de faire vos déclarations de revenus personnelles? Pourquoi?
- Trouvez-vous le processus plus facile/plus difficile ces dernières années? Pourquoi? Pouvez-vous me donner des exemples de processus/d'efforts qui illustreraient ce que vous dites?
- Effectuer des paiements à l'ARC – vous est-il souvent arrivé d'en faire? De quelle façon les avez-vous faits (par la poste, par l'entremise d'une banque)?
 - Dans quelle mesure est-il facile/difficile de faire des paiements?
 - Qu'est-ce que vous aimez/Qu'est-ce que vous n'aimez pas des différents modes/systèmes de paiement?
- Avez-vous visité le site Web de l'ARC?
- Avez-vous cherché des renseignements sur le site? Avez-vous trouvé ce dont vous aviez besoin, les explications étaient-elles claires?
- Les renseignements étaient-ils à jour, faciles à comprendre et faciles à trouver?
- Vous souvenez-vous des éléments qui fonctionnaient bien/qui pourraient être améliorés?
- Avez-vous déjà complété un processus d'inscription en ligne? Dans quelle mesure avez-vous trouvé que c'était facile/difficile? Est-ce que le processus s'améliore?

Production de déclarations de revenus en ligne [20 minutes]

- Il y a quelques minutes, je vous ai demandé de m'indiquer si vous produisiez habituellement vos déclarations de revenus (celles de votre entreprise ou de vos clients) en format électronique ou papier.
- J'aimerais explorer pendant quelques minutes certaines questions/considérations à propos des services électroniques de l'ARC.

- Avez-vous déjà fait une demande par écrit? Dans quelle mesure le processus a-t-il été efficace? Est-ce qu'il s'améliore ou empire avec le temps?
- Certaines personnes ont déjà soulevé la problématique de l'authentification de l'identité. À quel point ce processus est-il pénible? Croyez-vous que l'ARC a trouvé le juste équilibre entre la sécurité des renseignements et l'accès aux renseignements ou si la balance penche trop d'un côté ou de l'autre?
- (Intermédiaire) Quels autres éléments du processus en ligne peuvent être améliorés pour les intermédiaires fiscaux? Quels éléments faciliteraient votre travail et vous permettraient de vous assurer que vos clients ont réuni les renseignements dont ils ont besoin?
- Qu'en est-il de la précision de l'ARC en ce qui concerne les renseignements écrits qu'elle vous a transmis – diriez-vous que cet aspect s'améliore ou non?
- Qu'en est-il du service téléphonique – êtes-vous capable de joindre les gens et d'obtenir les bons renseignements? En temps opportun?
- Dans l'ensemble, les outils en ligne de l'ARC ont-ils simplifié le processus? L'ARC devrait-elle mettre en place plus d'outils ou moins d'outils en ligne dans l'avenir?
- (Ceux qui ne produisent pas leurs déclarations de revenus de façon électronique) Pourquoi ne produisez-vous pas vos déclarations de revenus en ligne?
 - Sondez pour connaître les raisons, p. ex. confiance/sécurité concernant la transmission de renseignements en ligne, disponibilité des outils.
 - A l'intention de commencer à le faire en ligne au cours des prochaines années.

Service de l'ARC [20 minutes]

- J'aimerais que nous parlions plus en détail du service offert par l'ARC.
 - Avez-vous déjà communiqué avec l'ARC pour d'autres raisons que la production de déclarations de revenus? Pourquoi l'avez-vous contactée?
 - Au cours de la dernière année, avez-vous communiqué plus souvent/moins souvent qu'à l'habitude avec l'ARC? Si oui, pourquoi?
 - De quelle façon avez-vous communiqué avec l'ARC (téléphone, courriel, poste, télécopieur)?
 - Le service a-t-il satisfait/surpassé vos attentes en ce qui concerne
 - vi. Le temps d'attente
 - Pour les renseignements
 - Pour les décisions
 - Pour l'appel des décisions
 - vii. La facilité à comprendre les renseignements
 - viii. L'exactitude des renseignements
 - ix. La résolution des problèmes
 - x. L'actualité
 - Pourquoi avez-vous qualifié le service que vous avez reçu de cette façon?
 - Quelles sont vos impressions du personnel de l'ARC pour ce qui est du service à la clientèle?
 - Dans quelle mesure leurs communications avec vous sont-elles efficaces?
 - Avez-vous l'impression que l'accent que l'ARC met sur le service à la clientèle s'améliore/se détériore/demeure sensiblement le même?
- (Les cas échéant...)
- Et qu'en est-il des vérificateurs? Diriez-vous que vous avez noté un changement dans les connaissances, la formation et le professionnalisme des vérificateurs?
 - (S'il y a des problèmes) Quelle sorte de problème avez-vous eu, le problème a-t-il été réglé?
 - Méthode privilégiée pour recevoir des renseignements de l'ARC.

Réduction de la paperasse [15 minutes]

Comme vous le savez peut-être, l'ARC a tenté récemment d'axer ses efforts sur la réduction du fardeau fiscal des entreprises. La réduction du fardeau inutile et excessif en matière de conformité, c'est-à-dire la réduction de la « paperasse », est devenue une priorité importante.

En ce qui concerne votre entreprise (les entreprises pour lesquelles vous faites des déclarations de revenus) et vos échanges avec l'ARC, avez-vous noté des changements qui dénotent ces efforts? (Réponse ouverte)

Sondez :

- Est-ce maintenant plus facile de trouver des renseignements de l'ARC pour s'acquitter de ses obligations en matière de rapports (en ligne)?
- Les renseignements transmis dans les communications/les lettres sont-ils maintenant plus clairs, plus concis et plus faciles à comprendre
- Les nouveaux produits/services sont-ils plus efficaces?
- Certaines personnes ont mentionné que les exigences de l'ARC sont inutilement pénibles en ce qui concerne les rapports et la fréquence des rapports. Êtes-vous d'accord avec eux? À l'heure actuelle, croyez-vous que l'ARC a trouvé le juste équilibre entre l'efficacité et le besoin d'obtenir tous les renseignements nécessaires de votre entreprise/de vos clients?
- Certains ont accusé l'ARC de recueillir trop de renseignements redondants. Êtes-vous en accord ou en désaccord avec ce point de vue? Si vous êtes en accord, l'ARC s'occupe-t-elle de cet enjeu pour tenter de réduire les éléments redondants?
- Si vous pouviez donner un exemple de ce que l'ARC pourrait modifier pour réduire la cueillette de renseignements redondants, qu'est-ce que ce serait?

L'intégrité du régime fiscal (si le temps le permet)

- Comme vous le savez, le régime fiscal du Canada est un régime volontaire.
- Croyez-vous que la plupart des gens que vous connaissez respectent les règles fiscales ou non?
- Selon vous, à quel point l'ARC est-elle efficace pour trouver les personnes qui ne paient pas leur juste part d'impôt et régler ces cas? Croyez-vous que l'ARC est meilleure/pire que les autorités fiscales des autres pays développés?
- Pensez-vous que les gens qui participent dans l'économie clandestine ne paient pas leurs juste part d'impôts
- De quels genres de renseignements les gens auraient-ils besoin selon vous pour être convaincus que le régime fiscal est bien géré et qu'on s'occupe de régler les problèmes?
 - Si vous n'obtenez aucune réponse, demandez :
 - Est-ce qu'ils voudraient savoir ce que l'ARC fait pour épingler les gens qui ne paient pas leurs impôts?
 - Ou ce qui arrive aux gens qui se font épingler?

Conclusion (5 minutes)

Nous avons couvert de nombreux sujets ce soir et j'apprécie réellement le temps et l'énergie que vous avez mis pour venir nous rencontrer et donner votre opinion. Vos commentaires sont très importants et apportent un éclairage nouveau.

- En conclusion, j'aimerais vous demander si vous avez d'autres commentaires à formuler à l'Agence du revenu du Canada (ARC).

CRA MODERATOR'S GUIDE (SMB/Intermediary)

Introduction (5 Minutes)

- Thank participants for attending
- Advise on the length of the session (2 hours)
- Highlight recording of the discussion, one-way mirror and colleagues viewing in back room
- Highlight the fact that results are entirely confidential and reported all together/individuals are not identified/participation is voluntary
- Explain the role of moderator: to ask questions, to be timekeeper, to ensure everyone participates, and to be objective
- Assure participants moderator has no special interest in or knowledge of the issues discussed
- Explain role of participants: not expected to be experts, no need to agree with each other, speak openly and frankly about opinions and remember that there are no wrong answers
- Invite participants to introduce themselves, just first names

Impressions of CRA (20 Minutes)

- We are going to be speaking tonight about the CRA, or the Canada Revenue Agency.

The Canada Revenue Agency is the agency of the federal government responsible for such things as: the collection of income tax, administration of the GST/HST (or Goods and Services Tax), and the Canada Child Tax Benefit Program. We are interested in talking with you tonight about the business side of your relationship with CRA – we will be talking to others about the consumer side.

- Overall, what are your impressions of Canada's tax system?
- And what are your impressions of the CRA, that is, the agency responsible for implementation or operational function of managing the tax system?
- What does the CRA do well?
- What can the CRA as an organization improve upon?
- Do you believe there are things the CRA has improved in recent years?
- Do you believe that businesses and intermediaries are being appropriately listened to /ideas considered in CRA's policy development processes?
- What characteristics best reflect the CRA? Least reflect the CRA? (Probe)
 - Integrity
 - Trust
 - Efficiency
 - Organization/coordination/efficiency
 - Consistency
 - Honesty
 - Respect
 - Fairness
- (For each) What makes you say that? Is CRA getting better/worse in these areas? Why?
- How well do you think CRA does at collaborating with other regulators? Is CRA improving/declining in this area?
- Do you think CRA is making sufficient effort to meet the needs of businesses and intermediaries? Do you think they are committed to improving their processes to make things more efficient/effective/clear?

Current Issues and Behaviour [20 Minutes]

- Let's talk for a few minutes about tax filing.
- For your businesses' return, do you do it yourself, or do you have someone do it for you? If for you, who?
- **(Intermediary)** About how many returns would you complete for small businesses each year?
- How do you typically complete and submit your businesses'/your clients' tax return? Do you do it on paper, do you file online? Why/why not?
- Do you/your clients typically have a lot of information to put together, or are there relatively few items you usually need to collect and put together?
- How long does it typically take you to do your businesses' taxes?
- **(Intermediary)** How long does it take to do a typical business' taxes?
- **(Intermediary)** What are the biggest challenges you observe in dealing with small business owners when it comes to taxes? Are these challenges becoming more/less pronounced over time?
- (SME) What are your biggest challenges as a small business in dealing with CRA?
- **(Intermediary)** What do you think are the biggest challenges that face small businesses in dealing with CRA?
- Do you find the process easier/more difficult in recent years? Why? Can you point to processes/efforts as examples?
- Making payments to CRA - how often have you done it? How have you done it (by mail, through bank)?
 - How easy/difficult is it to do?
 - Likes/dislikes about different payment methods/systems?
- Have you visited the CRA website?
- Have you looked for information? Did you find what you needed, was the explanation of the issue clear?
- Was info up to date, easy to understand, and easy to find?
- Can you recall elements that work well/could be improved upon?

Online submissions of Taxes [20 Minutes]

- You told me a few minutes ago about whether you typically file taxes online (on your own or for clients) or complete them on paper.
- I would like to explore some of the issues/considerations about CRA online services for a few minutes.
-
- Have you completed an online registration process? How easy/difficult was that process? Is it improving?
- Have you sent a written enquiry to the CRA? How effective was that process? Is it improving or declining over time?
- Identity authentication is an issue that some have raised in the past. How onerous is that process? Do you think that CRA balances the importance of information security and access appropriately, or are their processes tipped too far one way or another?
- (Intermediary) What elements of the online process can be improved for tax intermediaries? What elements would make your work easier in terms of ensuring that your clients had the information they needed together?
- What about accountability for written information that you have received from CRA – would you say that this is something that is being improved upon, or not?
- What about the phone service – are you able to access people and get information accurately? In a timely way?
- Overall, have CRA online tools simplified the process? Should the CRA introduce more or less online tools in future?

- (Non-electronic filers) Why don't you file online?
 - Probe reasons, e.g. confidence/safety in sending information online, availability of tools
 - Intent to move online over next few years

CRA Service [20 Minutes]

- I would like to discuss RA service in more detail.
- In the past have you contacted the CRA for reasons other than tax filing? Why did you get in touch with them?
- This past year, have you been in touch with CRA more/less than usual? If so, why?
- Through what means have you made contact (phone, email, mail, fax)?
- Did the service meet/exceed expectations, in terms of:
 - i. Wait time
 - In terms of information
 - In terms of rulings
 - In terms of appeals
 - ii. Ease of understanding information
 - iii. Accuracy of information
 - iv. Resolution
 - Timeliness
- Why did you characterize the service experience that way?
- What are your impressions of CRA staff in terms of customer service orientation?
- How effective are their communications with you?
- Is your impression that the CRA's customer service focus is improving/declining/ remaining about the same?
- How about in regard to auditors? Would you say you have noticed change in auditors' knowledge, training, and professionalism?
- (If any problems) Type of problems encountered, was it resolved?
- Preferred method of receiving information from the CRA.

Reducing Red Tape [15 Minutes]

As you may be aware, the CRA has attempted to focus recent efforts on reducing tax-related burden for businesses. Reducing unnecessary and undue compliance burden "red tape" has been a significant priority.

With respect to your business/businesses you do taxes for and interactions with CRA, have you noticed any changes that reflect this effort? (open-ended)

Prompts:

- Making it easier to find information from CRA to meet reporting obligations (online)?
- Making the information conveyed in communications/letters clearer, more concise, more easily understandable?
- New products/services that are more efficient?
- Some people have suggested that CRA requirements for reporting and frequency of reporting is unnecessarily onerous. Do you agree? Right now, does the CRA strike a balance between efficiency and acquiring all the necessary information from you/your clients?
- The CRA has been accused by some as collecting too much redundant information. Do you agree or disagree? If you agree, is the CRA addressing this issue and trying to reduce it?

- If you can think of one example where the CRA could change and reduce collection of redundant information, what would it be?

Integrity of the Tax System (if time permits)

- As you know, Canada's tax system is a voluntary system
- Do you believe that most people you know follow tax rules, or not?
- How effective do you think CRA is at finding and addressing issues involving people not paying their fair share of taxes? Do you think CRA is better/worse than other developed countries' tax administration systems?
- Do you think that people who participate in the underground economy are not paying their fair share?
- What sorts of information do you think people would need to know to have confidence the tax system is being managed and issues being addressed?
 - If no response, ask about:
 - Would they want to know what CRA is doing to catch people who do not pay their taxes?
 - Or what happens to those who are caught?

Conclusion (5 minutes)

We have covered a lot of topics today and really appreciate you taking the time and energy to come down here and give your opinion. Your input is very important and insightful!

- To conclude, I want to ask you whether you have any last thoughts that you want to share with the CRA.