

Numéro d'enregistrement de la ROP : POR 103-16  
Numéro de contrat de TPSGC : 46558-184802/001/CY  
Date d'octroi du contrat : le 26 janvier 2017  
Date de livraison : le 24 mars 2017

# Barrières associées aux déclarations de revenus chez les populations vulnérables

---

## *Sommaire exécutif*

Rédigé par :  
Corporate Research Associates Inc.

Rédigé pour le compte de :  
L'Agence du revenu du Canada

*This summary is also available in English.*

Pour de plus amples renseignements sur le rapport, écrivez au :  
[media.relations@cra-arc.gc.ca](mailto:media.relations@cra-arc.gc.ca)



Suite 5001, 7071 Bayers Road  
Halifax NS B3L 2C2  
www.cra.ca  
1-888-414-133



## Sommaire

Corporate Research Associates Inc.

Numéro de contrat : 46558-184802/001/CY

Numéro d'enregistrement de la ROP : POR 103-16

Date du contrat : le 26 janvier 2017

### Contexte, objectifs et méthodologie

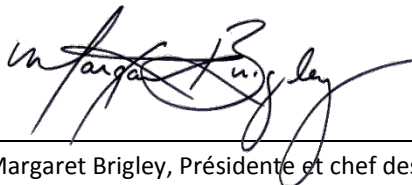
Pour mieux comprendre certains des facteurs contribuant à des taux inférieurs de déclarations de revenus et d'utilisation des prestations chez les segments de la population considérés comme vulnérables, l'Agence du revenu du Canada (ARC) a demandé la tenue d'un ensemble de 20 groupes de discussion dans cinq villes (Edmonton, Winnipeg, Thunder Bay, Québec, et Iqaluit). Les groupes de discussion ont eu lieu entre le 27 février et le 7 mars 2017. Chaque groupe de discussion avait une durée de 1,5 à 2 heures et chaque participant a reçu des honoraires de 75 \$, sauf dans le cas des participants à Iqaluit, qui ont reçu des honoraires de 100 \$. Les publics cibles comprenaient les femmes seules vivant avec une ou plusieurs personnes à charge, les personnes autochtones vivant dans des milieux urbains, les personnes qui ont récemment vécu une période d'itinérance, et un mélange de personnes à faible revenu de différents âges et des deux sexes. Les participants de tous les groupes répondaient au critère de classification des seuils de faible revenu (SFR) de Statistique Canada. En tout, 150 personnes ont participé aux groupes dans les différentes villes. L'étude visait à examiner les obstacles, les perceptions et les lacunes en matière de connaissances qui limitent la participation de certaines personnes au système, ainsi que d'identifier les méthodes préférées de communication avec l'ARC.

Notons qu'il convient d'interpréter les résultats de la présente étude avec précaution, car les recherches qualitatives ne fournissent qu'une orientation. On ne peut attribuer les résultats à l'ensemble de la population étudiée avec un degré suffisant de fiabilité statistique. La dépense totale était 92 585,62 \$ (TVH incluse).

### Preuve de neutralité politique

J'atteste par la présente et à titre de représentant de Corporate Research Associates Inc. que les résultats attendus sont entièrement conformes aux exigences en matière de neutralité décrites dans la politique de communication du gouvernement du Canada ainsi que dans les procédures de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus précisément, les résultats attendus n'incluent pas de renseignements sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques ou les positions des partis, et les cotes de performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signée



Margaret Brigley, Présidente et chef des opérations

Corporate Research Associates

Date : le 24 mars 2017



## Principales conclusions

Les résultats de l'étude ***Barrières associées aux déclarations de revenus chez les populations vulnérables*** confirment qu'il faut plus de sensibilisation visant les personnes autochtones en milieu urbain et les personnes à faible revenu. Cette sensibilisation permettrait d'améliorer le niveau de compréhension des différents avantages liés à la production d'une déclaration de revenus. En effet, les résultats globaux sont en général uniformes auprès des quatre publics ciblés par l'étude.

Pour l'ensemble des publics cibles, les résultats montrent que les personnes savent très bien qu'il est nécessaire de produire une déclaration de revenus chaque année. Par ailleurs, la plupart des gens comprennent qu'il faut produire cette déclaration avant la fin du mois d'avril. Même s'il y a une obligation civique claire de produire une déclaration, la principale motivation des gens qui s'en acquittent chaque année est de recevoir les montants éventuels de remboursement. Certaines personnes, notamment des mères seules ou des personnes recevant des prestations d'assurance invalidité, se sentent tenues de produire une déclaration de revenus afin d'assurer le maintien des prestations. D'autres produisent une déclaration pour éviter les ennuis dans leur relation avec l'État.

Même s'il y a une bonne notoriété des différentes prestations et des différents services financiers gouvernementaux, il n'y a qu'une compréhension moyenne du lien entre la réception de certaines prestations et la production d'une déclaration de revenus. De fait, ceux qui connaissent le mieux le lien ont déjà vécu une interruption des prestations liée à la non-production d'une déclaration, et ils sont donc maintenant bien sensibilisés à cette réalité. Quoi qu'il en soit, les résultats dans toutes les villes et pour tous les publics cibles laissent penser que la notoriété de l'ensemble complet de prestations auxquelles certaines personnes sont admissibles est faible.

Même si presque tous les participants disent produire une déclaration de revenus chaque année, ils connaissent généralement quelqu'un qui ne le fait pas. Lorsqu'on leur demande les raisons pour lesquelles d'autres personnes ne produisent pas de déclaration de revenus, ils répondent qu'il y a un ensemble de facteurs : le fait que les avantages d'une déclaration soient mal connus, les problèmes de santé (capacité mentale ou physique), la capacité en général, le fait de devoir de l'argent ou la peur des conséquences, la volonté de dissimuler des revenus ou une adresse (de peur d'une retenue à la source d'une pension alimentaire) ou le manque de confiance envers l'État.

Les participants ont l'impression que la production d'une déclaration de revenus est une tâche ardue et déroutante, surtout lorsqu'une personne ne maîtrise pas bien les mathématiques, n'aime pas les chiffres, ou a une autre langue maternelle que l'anglais ou le français. La terminologie utilisée dans le cadre du processus est intimidante pour certains, et beaucoup pensent qu'il faut des connaissances à jour sur la fiscalité et sur les prestations pour produire correctement une déclaration de revenus. De fait, ce qui est considéré comme la complexité du processus et le faible niveau de littératie (ainsi que des connaissances financières lacunaires) sont les difficultés les plus fréquemment invoquées par les personnes qui ne produisent pas régulièrement de déclaration de revenus. Dans les différents groupes, les participants ont souvent parlé de leur peu de confiance en leur capacité de produire correctement une déclaration de revenus. Les participants dépendent le plus souvent d'une autre personne qui produit la déclaration à leur place, principalement parce qu'ils craignent de faire une erreur et d'ainsi



perdre une prestation à laquelle ils sont admissibles. Ils manquent de confiance en leur capacité et vont donc majoritairement payer des gens pour produire leur déclaration.

Un manque de soutien, de compétences et de confiance, ainsi que des questions de langue représentent les principaux obstacles à la production d'une déclaration de revenus. Les obstacles à la production d'une déclaration sont plus marqués dans le Nord en raison du faible nombre d'options d'aide, notamment de l'absence d'options sans frais.

Les participants ne semblent pas bien connaître l'ensemble des prestations auxquelles ils sont peut-être admissibles. Même s'ils savent qu'ils ont l'obligation de produire une déclaration de revenus annuelle, ils vont souvent ne pas comprendre les avantages personnels du processus, et ne voient donc pas l'urgence d'agir. Il n'y a aucun doute selon les résultats qu'il conviendrait d'intensifier les activités de sensibilisation ciblant les publics vulnérables, ce qui comprendrait une sensibilisation accrue à la gamme complète de prestations auxquelles ils sont admissibles. Les résultats laissent penser par ailleurs qu'il faut accorder la priorité aux soutiens qui visent à favoriser la production de déclaration pour autrui, car la majorité des gens n'ont aucune envie de le faire eux-mêmes. Plusieurs suggestions ont été formulées en matière de sensibilisation ou d'interactions à l'échelon communautaire pour encourager la production de déclarations de revenus.

Un manque de sensibilisation et un manque de connaissances s'ajoutent à un manque de préparation. Plusieurs personnes ont l'impression d'avoir manqué l'occasion de demander une prestation à laquelle ils ont droit. Cette impression devient une source de frustration à l'égard de l'État. Certains estiment que le manque d'appui gouvernemental est intentionnel et vise à éviter le plus possible d'avoir à verser des prestations à ceux qui y sont admissibles. Ce aspect met en évidence le besoin d'outils d'aide qui orientent une personne en l'aidant à rassembler les documents nécessaires pour les besoins d'une déclaration, tout en maximisant les prestations auxquelles elle a droit.

Le document de sensibilisation proposé a été bien reçu, et il était considéré comme clair, relativement simple et instructif. Les participants aimaient bien le ton sympathique et accessible du document et la brièveté des renseignements présentés. Il était considéré comme très instructif et comme une façon efficace d'encourager les gens à produire une déclaration et ainsi à recevoir des prestations qu'ils ne connaissaient peut-être pas. Malgré les réactions unanimement positives, certaines améliorations ont été proposées, comme des éclaircissements pour certains termes, le remplacement du symbole visuel, et le remplacement des couleurs actuelles.

Lorsqu'il s'agit de diffuser des messages sur la production d'une déclaration de revenus, l'ARC doit envisager une stratégie de communication faisant appel à plusieurs supports, ce qui comprend des modes traditionnels et des modes non traditionnels. L'utilisation de formes traditionnelles de publicité (télévision, journaux), ainsi que d'imprimés et d'affiches dans les lieux publics et les médias sociaux (publicités Facebook, YouTube) était fortement recommandée, de même que des collaborations avec des organismes communautaires (résidences de personnes âgées, groupes d'aide aux immigrants, etc.) et des renseignements dans les bureaux gouvernementaux offrant des services sociaux ou des services liés à l'emploi.



Pour terminer, les résultats laissent penser qu'il convient de privilégier les messages courts et clairs en langage simple qui insistent sur les avantages de la production d'une déclaration de revenus. Tout message doit également faire comprendre aux particuliers qu'il est financièrement avantageux de produire une déclaration (il y a une possibilité de gain financier personnel).

