



Canada Revenue
Agency

Agence du revenu
du Canada

Attentes à l'égard des centres d'appels de l'Agence du revenu du Canada

Sommaire exécutif



Préparé pour l'Agence du revenu du Canada

Nom du fournisseur : Kantar TNS

Numéro du contrat : 46575-192282/001/CY

Valeur du contrat : 54 910,03 \$

Date d'attribution : 15 mai 2018

Date de livraison : 22 août 2018

Numéro d'enregistrement : ROP 009-18

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez envoyer un courriel à l'Agence à l'adresse :

media.relations@cra-arc.gc.ca.

This report is also available in English.

Canada

Attentes à l'égard des centres d'appels de l'Agence du revenu du Canada

Sommaire exécutif

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada par Kantar TNS
Septembre 2018

L'Agence du revenu du Canada a retenu les services de Kantar TNS pour mener une recherche sur l'opinion publique afin de connaître les attentes des Canadiens lorsqu'ils communiquent avec un centre d'appels. L'objectif de cette recherche était de produire des données impartiales qui fourniraient à l'Agence des éléments de preuve à l'appui de la révision de ses normes de service afin de répondre aux attentes des contribuables lorsqu'ils appellent les lignes de demandes de renseignements de l'Agence. Au total, 804 Canadiens âgés de 18 ans et plus qui ont appelé l'une des lignes de demandes de renseignements de l'Agence entre les 3 et 17 juillet ont été interrogés par téléphone en août 2018. La présente publication rend compte des résultats de cette recherche sur l'opinion publique.

Autorisation de reproduction

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de l'Agence. Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez envoyer un courriel à l'Agence à l'adresse : media.relations@cra-arc.gc.ca.

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par la ministre du Revenu national, 2018.

Numéro de catalogue : Rv4-121/1-2018F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-27791-2

This publication is also available in English under the title: Canada Revenue Agency Call Centre Service Expectations – Executive Summary.



1. Sommaire exécutif

1.1. But et objectifs de la recherche

L'objectif de cette recherche était de fournir à l'Agence du revenu du Canada (ci-après appelée « l'Agence ») des éléments de preuve à l'appui de la révision de ses normes de service afin de répondre aux attentes des contribuables lorsqu'ils appellent les lignes de demandes de renseignements de l'Agence.

1.2. Résumé des constatations

Les Canadiens qui appellent une ligne de demandes de renseignements de l'Agence (ci-après appelés les « Canadiens ») souhaitent parler à un agent et sont prêts à attendre ou à rappeler, même plusieurs fois, pour parler à un agent. Ces personnes refusent généralement les autres options qui leur sont offertes, car elles ont déjà épuisé ces solutions lorsqu'elles appellent une ligne de demandes de renseignements et elles croient que leur problème ne peut être réglé qu'en parlant directement à un agent.

Pratiquement tous les Canadiens jugent utile de connaître le temps d'attente avant de pouvoir parler à un agent. En moyenne, les Canadiens sont prêts à attendre 12,5 minutes avant de raccrocher et de rappeler à un autre moment. Si les Canadiens jugent que le temps d'attente dépasse le délai d'attente maximal qu'ils sont prêts à accepter, ils préféreront généralement recevoir un retour d'appel automatisé lorsqu'un agent se libérera. Cependant, certains Canadiens sont disposés à rappeler si on leur demande de le faire dans un message automatisé indiquant que tous les agents sont occupés. Peu de Canadiens sont toutefois prêts à essayer d'accomplir la tâche d'une autre façon.

Même si certains Canadiens estiment qu'il est inacceptable de recevoir un message indiquant que tous les agents sont actuellement occupés à aider d'autres appelants, seuls quelques-uns d'entre eux seraient mécontents s'ils devaient rappeler. En plus d'être prêts à rappeler, de nombreux Canadiens indiquent également qu'ils pourraient rappeler plusieurs fois avant d'être insatisfaits du service de l'Agence. De plus, la plupart des Canadiens disent qu'ils pourraient appeler à un autre moment si cela leur permettait d'obtenir un service plus rapide.

De façon générale, lorsque les Canadiens appellent une ligne de demandes de renseignements, ils veulent parler directement à un agent. Peu d'entre eux souhaitent utiliser le service téléphonique automatisé. Ils croient que leur problème ou leur question est trop complexe et que le service téléphonique automatisé ne pourra répondre à leur besoin.

Les Canadiens préfèrent surtout donner leur numéro d'assurance sociale et répondre à une série de questions pour confirmer leur identité, et la création d'un numéro d'identification personnel (NIP) est la deuxième méthode qu'ils préfèrent. Seule une petite partie de la population présentait un intérêt pour l'authentification vocale.

En ce qui concerne la publication des engagements pris à l'égard des services, les Canadiens préfèrent connaître le pourcentage de chances qu'ils parlent à un agent dans un délai acceptable.

1.2.1. Différences entre les groupes démographiques

Les Canadiens âgés de 35 ans et plus sont peu tolérants à l'égard de l'attente, des rappels et de l'utilisation d'autres options ou d'un service téléphonique automatisé. Ils sont également plus susceptibles d'être mécontents s'ils doivent rappeler.

Les Canadiens qui appellent la ligne de demandes de renseignements des particuliers ou des bénéficiaires de prestations sont plus susceptibles d'être mécontents de devoir rappeler plus tard, tandis que ceux qui appellent la ligne de demandes de renseignements des entreprises sont plus tolérants. Toutefois, les Canadiens qui appellent la ligne de demandes de renseignements des entreprises insistent beaucoup pour parler à un agent. Ceux-ci sont également plus susceptibles de croire que le système téléphonique automatisé ne peut pas répondre à leurs questions et que leurs problèmes sont trop complexes ou nécessitent des réponses multiples, ce qui les oblige à parler à un agent. Il n'est donc pas surprenant de constater que les Canadiens qui appellent la ligne de demandes de renseignements des entreprises sont plus susceptibles que ceux qui appellent la ligne de demandes de renseignements des particuliers ou des bénéficiaires de prestations de vouloir que l'Agence publie une norme de service indiquant le nombre moyen d'appels que doivent faire les contribuables avant de pouvoir parler à un agent.

1.3. Méthodologie

Au total, 804 sondages téléphoniques ont été menés auprès de quatre publics cibles : les particuliers (ceux qui appellent la ligne de demandes de renseignements des particuliers), les bénéficiaires de prestations, les entreprises et les intermédiaires fiscaux. Ces sondages ont été menés en utilisant des numéros de téléphone choisis au hasard parmi les numéros des contribuables qui avaient récemment appelé l'une des trois lignes téléphoniques de l'Agence réservées aux demandes de renseignements (soit les lignes de demandes de renseignements des particuliers, des entreprises et des bénéficiaires de prestations).

Un essai préliminaire comprenant 13 entrevues en anglais et 10 entrevues en français a été effectué le 26 juillet 2018. Des modifications mineures ont été apportées au sondage avant son lancement complet le 30 juillet.

Le sondage a été réalisé du 30 juillet au 9 août 2018. Les constatations peuvent être extrapolées aux Canadiens qui ont appelé l'une des lignes de demandes de renseignements de l'Agence entre les 3 et 17 juillet avec une marge d'erreur de +/- 3 %, 19 fois sur 20.

1.4. Valeur du contrat

La valeur totale du contrat pour ce projet était de **54 910,03 \$** (taxe de vente harmonisée comprise).

1.5. Énoncé de neutralité politique

J'atteste, par les présentes, à titre de directrice principale de la recherche et chargée des pratiques dans le secteur public de Kantar TNS, que les produits finaux sont pleinement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada établies dans la [Politique sur les communications et l'image de marque du gouvernement du Canada](#) et dans les Procédures de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. En particulier, les produits finaux ne contiennent pas de renseignements sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation du rendement d'un parti politique ou de ses dirigeants.



Tanya Whitehead
Kantar TNS
Directrice principale de la recherche et chargée des pratiques dans le secteur public