



Canada Revenue  
Agency

Agence du revenu  
du Canada

# ***Segmentation des contribuables sur l'observation fiscale de 2018/2019***

## **Sommaire**

### **Préparé pour l'Agence du revenu du Canada**

Nom du fournisseur : Phoenix SPI  
Numéro de contrat : 46558-195043-001\_CY  
Valeur du contrat : 159 253,05 \$ (incluant la TVH)  
Date d'attribution du contrat : 2018-12-20  
Date de la livraison des services : 2019-08-13

Numéro d'enregistrement : ROP 079-18

Pour obtenir de plus amples renseignements au sujet du présent rapport, prière de communiquer avec l'Agence du revenu du Canada à : [media.relations@cra-arc.gc.ca](mailto:media.relations@cra-arc.gc.ca)

**This report is also available in English.**

# ***Segmentation des contribuables sur l'observation fiscale de 2018/2019***

## **Sommaire**

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada  
Nom du fournisseur : Phoenix Strategic Perspectives Inc.  
Août 2019

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage téléphonique de 16 minutes mené auprès de 3 001 Canadiens de 18 ans et plus entre le 15 janvier et le 8 février 2019.

Cette publication est aussi disponible en anglais sous le titre : *Taxpayer Attitudinal Segmentation Research 2018/2019*.

### **Autorisation de reproduction**

Cette publication peut être reproduite uniquement à des fins non commerciales. Une autorisation par écrit doit être obtenue au préalable auprès de l'Agence du revenu du Canada. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce rapport, prière de communiquer avec l'Agence du revenu du Canada à [media.relations@cra-arc.gc.ca](mailto:media.relations@cra-arc.gc.ca).

**Numéro de catalogue :**  
**Rv4-134/2019F-PDF**

**Numéro international normalisé du livre (ISBN) :**  
**978-0-660-31883-7**

**Publications connexes (numéro d'enregistrement : ROP 079-18) :**

Numéro de catalogue : Rv4-134/2019E-PDF (sommaire, anglais)  
ISBN : 978-0-660-31882-0

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, représentée par la ministre du Revenu national, 2019

## Sommaire

L'Agence du revenu du Canada (ARC) prévoit élaborer de nouvelles initiatives de communication et de marketing dans le but d'améliorer l'observation fiscale volontaire des Canadiens. Pour appuyer ces initiatives, l'ARC a chargé Phoenix Strategic Perspectives Inc. (Phoenix SPI) de mener un sondage téléphonique de 16 minutes à composition aléatoire auprès de 3 001 Canadiens âgés de 18 ans et plus entre le 15 janvier et le 8 février 2019. Sur la base d'un échantillon de cette taille, les résultats d'ensemble peuvent être considérés comme précis à 2,1 % près, 19 fois sur 20 (ajustés pour tenir compte de la stratification de l'échantillon). Cette recherche a été réalisée pour la première fois en 2010-2011. Cette année, la recherche visait à évaluer comment, le cas échéant, les attitudes et le comportement des Canadiens à l'égard de l'observation fiscale avaient changé au fil du temps. L'ARC a l'intention d'utiliser les résultats de la recherche aux fins de l'élaboration d'initiatives de communication et de marketing visant à améliorer l'observation fiscale volontaire.

Notons les principaux constats suivants :

- *Les opinions générales des Canadiens concernant l'équité fiscale sont plus positives en 2019 qu'elles ne l'étaient en 2011.* Un moins grand nombre de Canadiens croient qu'ils paient plus que leur juste part de taxes et d'impôts (55 % comparativement à 61 % en 2011) et que les Canadiens paient trop de taxes et d'impôts (54 % comparativement à 58 %). De plus, cette année, un plus grand nombre de Canadiens (45 %) estiment que les taxes et impôts qu'ils sont tenus de payer sont équitables (34 % en 2011).
- *Les riches Canadiens et les entreprises ne paient pas, selon les répondants, leur juste part de taxes et d'impôts.* Des proportions plus petites et de taille similaire croient que les Canadiens fortunés (28 %) et les sociétés (27 %) paient leur juste part de taxes et d'impôts.
- *La plupart des Canadiens continuent de prendre leurs obligations fiscales au sérieux.* Près de neuf répondants sur dix (88 %) ont convenu que le paiement de taxes et d'impôts est une responsabilité qui devrait être acceptée volontairement par tous les Canadiens et 85 % estiment qu'il est de leur responsabilité de payer leur juste part de taxes et d'impôts.
- *Sept Canadiens sur dix ne pensent pas qu'il soit acceptable d'être payé en argent comptant pour éviter de payer des taxes et des impôts.* Parmi ceux qui ne sont pas du même avis et qui estiment que c'est acceptable à certains moments, un répondant sur quatre a fixé une limite de 1 000 \$ pour les revenus non déclarés.
- *Les Canadiens considèrent la fraude fiscale comme criminelle et inacceptable, peu importe le montant.* De fortes majorités se disent en désaccord les énoncés suivants : ce n'est pas grave de ne pas divulguer les revenus reçus au noir dans sa déclaration de revenus (76 %), la fraude fiscale n'est pas un vrai crime (78 %) et ce n'est pas si mauvais de faire un peu de fraude fiscale (81 %).
- *La plupart des répondants reconnaissent au moins certaines conséquences de la fraude fiscale.* Les répondants étaient plus susceptibles d'être d'avis que s'ils font de la fraude fiscale, il y aura moins d'argent pour les services gouvernementaux (76 %) et de dire que les impôts aident les gouvernements à faire des choses valables (70 %).

- *Les Canadiens continuent de justifier plus facilement la fraude fiscale lorsqu'on utilise des arguments axés sur le gouvernement.* À l'instar des résultats de l'étude de 2011, les justifications qui mettent l'accent sur les lacunes perçues du gouvernement constituent, aux yeux des répondants, les meilleures raisons pour justifier la fraude.
- *La honte et les effets sur la réputation sont une préoccupation majeure pour les Canadiens.* Une grande majorité de Canadiens auraient honte de se faire prendre à faire de la fraude fiscale (83 %) et pensent que si une entreprise se fait prendre pour un tel délit, sa réputation en souffrira (80 %). Lorsqu'on leur a demandé s'ils croient que la plupart des gens qui font de la fraude fiscale finissent par se faire prendre, les avis étaient partagés.
- *Les valeurs et les comportements des Canadiens continuent de correspondre aux segments élaborés en 2011.*
  - Parmi les six segments, les deux plus importants, soit les *personnes respectueuses de la loi* et les *altruistes qui se conforment*, continuent de représenter près de la moitié de la population et présentent un faible risque de faire de la fraude fiscale. Pour ce qui est des communications, il n'est probablement pas vraiment nécessaire de « prêcher aux convertis » et de cibler ces segments avec des messages de conformité.
  - Seule une proportion relativement faible de Canadiens (les *hors-la-loi* qui forment 13 % des répondants) risque fort de faire de la fraude fiscale. Les attitudes et les comportements de ces personnes laissent croire qu'elles seront probablement peu réceptives aux messages qui visent des changements d'attitudes ou de comportements en matière d'observation fiscale.
  - Les trois segments intermédiaires continuent d'être les plus intéressants pour ce qui est des communications et des interventions ciblées. Les *personnes qui rationalisent*, les *économistes discrets*, et les *opportunistes surtaxés* sont plus à risque de faire de la fraude fiscale que les *personnes respectueuses de la loi* et les *altruistes qui se conforment*, mais leurs attitudes et leurs valeurs ne sont pas aussi fermement ancrées que celles des *hors-la-loi*.

---

La valeur du contrat s'élevait à 159 253,05 \$ (incluant la TVH).

En ma qualité de cadre supérieure de Phoenix Strategic Perspectives, je certifie par la présente que les produits livrés sont en tout point conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique qui sont décrites dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus particulièrement, les produits finaux ne comprennent pas de renseignements sur les intentions de vote aux élections, les préférences de partis politiques, les positions vis-à-vis de l'électorat ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son dirigeant.



---

Alethea Woods  
Présidente  
Phoenix Strategic Perspectives Inc.