



Canada Revenue
Agency

Agence du revenu
du Canada

Étude sur l'expérience de service et les résultats de l'Agence du revenu du Canada en 2021

Rapport de méthodologie – Sommaire

Préparé pour : Agence du revenu du Canada (ARC)

Nom du fournisseur : Ipsos Limited Partnership

Numéro de contrat : 46558-21-6838

Valeur du contrat : 98 178,00 \$ (TVH comprise)

Date d'octroi du contrat : 4 février 2021

Date de livraison : 31 mars 2021

Numéro d'enregistrement : POR 114-20

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec l'Agence du revenu du Canada à : cra-arc.media@cra-arc.gc.ca.

This report is also available in English

Canada

Table des matières

TABLE DES MATIÈRES	2
SECTION SUR LE DROIT D'AUTEUR	3
ÉNONCÉ SUR LA NEUTRALITÉ POLITIQUE	4
COMPTE RENDU SOMMAIRE	5
BUT ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE	5
MÉTHODOLOGIE	5

Section sur le droit d'auteur

Étude sur l'expérience de service et les résultats de l'Agence du revenu du Canada en 2021

Rapport de méthodologie – Sommaire

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada

Nom du fournisseur : Ipsos Limited Partnership

Mars 2021

Le présent rapport de méthodologie de la recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage téléphonique et électronique mené par Ipsos pour le compte de l'Agence du revenu du Canada (ARC). L'étude a été menée en mars 2021 auprès des déclarants et des intermédiaires fiscaux canadiens.

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales uniquement. Une autorisation écrite doit être obtenue au préalable auprès de l'ARC. Pour en savoir plus sur ce rapport, veuillez communiquer avec cra-arc.media@cra-arc.gc.ca.

Numéro de catalogue : RV4-139/2-2021F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-40146-1

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 114-20) :

Numéro de catalogue : RV4-139/2-2021E-PDF (rapport sommaire, anglais)

ISBN : 978-0-660-40144-7

Énoncé sur la neutralité politique

À titre de cadre dirigeant d'Ipsos, j'atteste par la présente que les documents remis sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada exposées dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique.

Plus précisément, les produits livrables ne contiennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.



Mike Colledge
Président
Ipsos Affaires publiques

Compte rendu sommaire

But et objectifs de l'étude

L'Agence du revenu du Canada (ARC) mène une étude primaire auprès des contribuables canadiens et des intermédiaires fiscaux pour déterminer les facteurs associés à l'expérience des clients et pour comprendre son rôle dans l'atteinte des résultats ultimes de l'ARC, à savoir la satisfaction, la confiance et l'observation volontaire. Un modèle théorique – comprenant des analyses psychométriques et statistiques avancées – a été élaboré à l'interne par le Centre d'expertise de la mesure du rendement (CEMR) de l'ARC pour être utilisé aux fins de l'étude. Ce modèle théorique a été conçu pour répondre aux besoins particuliers de l'ARC, et les résultats du sondage fourniront des renseignements essentiels sur la mesure du rendement qui correspondent au Cadre ministériel des résultats (CMR) de l'ARC.

Ipsos a été mandatée pour procéder à la collecte et à la tabulation des données conformément aux procédures du gouvernement en matière de recherche sur l'opinion publique. Ce projet est une commande subséquente à l'offre à commandes pour les services de recherche sur l'opinion publique, série A (recherche sur le terrain et tabulation des données liées aux sondages en ligne) et série B (recherche sur le terrain et tabulation des données liées aux sondages téléphoniques).

Méthodologie

L'étude consiste en des sondages quantitatifs menés par téléphone et en ligne. Le groupe 1 – Particuliers déclarants T1 et les groupes 2a et 2 b – Entreprises ont été joints par téléphone à l'aide d'une liste d'échantillonnage fournie par l'ARC. Le groupe 3 – Intermédiaires fiscaux a été joint au moyen d'un panel en ligne (échantillon non probabiliste).

L'étude a été menée auprès des sous-groupes de clients suivants :

- **Groupe 1 : Particuliers déclarants T1** qui ne tirent aucun revenu d'entreprise (**n = 350**);
- **Groupe 2 : Entreprises (n = 600)**, groupe composé de déclarants T1 dont le revenu d'entreprise est de 30 000 \$ ou plus et de n = 300 déclarants T2 qui ont une entreprise constituée en société, active et sans limite monétaire (tant que le revenu n'est pas nul);
- **Groupe 3 : Intermédiaires fiscaux (fiscalistes)** qui préparent les déclarations de revenus pour les déclarants T1 et T2 – (**n = 260**).

Le sondage téléphonique (dans le cas des groupes 1, 2a et 2b) a eu lieu du 1^{er} au 29 mars 2021. Le sondage téléphonique (dans le cas du groupe 3) a eu lieu du 5 au 11 mars 2021.

Les participants pouvaient répondre aux sondages téléphoniques et en ligne en français ou en anglais, selon leur préférence.

Utilisation des résultats

Le CEMR utilisera les résultats aux fins suivantes : 1) déterminer les facteurs qui devraient être pris en compte pour améliorer l'expérience de service, 2) prédire l'effet de l'amélioration de chacun d'eux sur l'expérience des clients et les résultats ultimes de l'ARC, 3) produire des rapports contenant des recommandations stratégiques à la haute direction et 4) créer des indicateurs de rendement significatifs à l'aide d'une méthodologie scientifique rigoureuse.

Plus précisément, les données permettront à l'ARC : 1) de déterminer la mesure dans laquelle chaque facteur contribue à façonner l'expérience des clients, 2) d'établir l'apport de l'expérience des clients à l'atteinte des résultats ultimes de l'ARC et 3) d'isoler et de quantifier l'effet de facteurs externes, comme l'ACS+.

Pour la première fois, l'ARC disposera d'une mesure et d'une évaluation du rendement des services qui lui permettront de se comparer à d'autres organismes des secteurs public et privé et, par le fait même, de cibler de façon stratégique les points à améliorer.

Mesure dans laquelle les résultats peuvent être extrapolés à un public plus large

Les données du groupe 1 – Particuliers déclarants T1 et du groupe 2a – Déclarants T1 ayant un revenu d'entreprise de 30 000 \$ ou plus ont été pondérées pour représenter leurs populations respectives selon l'âge, le sexe et la région, en fonction des proportions moyennes des fichiers de l'échantillon fournis pour les années d'imposition 2017 et 2018. Les données sont représentatives selon l'âge, le sexe et la région.

Les données pour le groupe 2 b – Déclarants T2 ayant une entreprise constituée en société, active et sans limite monétaire (tant que le revenu n'est pas nul) – n'ont pas été pondérées.

Les données du groupe 3 – Intermédiaires fiscaux n'ont pas été pondérées, puisque le sondage a été mené en ligne selon une méthode d'échantillonnage non probabiliste. Les données ne sont pas destinées à représenter tous les intermédiaires fiscaux au Canada.

La valeur du contrat pour ce projet était de 98 178,00 \$ (TVH comprise).