



Agence du revenu
du Canada

Canada Revenue
Agency

Recherche d'entreprise annuelle 2021-2022 - Phase quantitative

Rapport final

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada

Préparé par : Quorus Consulting Group Inc.

Numéro du contrat: 46637-234248/001/CY

Valeur du contrat (TVH comprise) : 171 738,02 \$

Date d'attribution : le 7 janvier 2022

Date de livraison : mars 2022

Numéro d'inscription : POR 076-21

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez envoyer un courriel à l'adresse cra-arc.media@cra-arc.gc.ca.

This report is also available in English.

Canada 

Droit d'auteur

Recherche d'entreprise annuelle 2021-2022 – phase quantitative

Rapport final

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada
Nom du fournisseur : Quorus Consulting Group Inc.
mars 2022

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'une étude quantitative menée par Le groupe conseil Quorus Inc. au nom de l'Agence du revenu du Canada. L'étude quantitative a été menée au moyen de deux phases de collecte de données, d'un sondage téléphonique auprès du grand public et d'un sondage en ligne auprès de petites et moyennes entreprises (PME) et d'intermédiaires fiscaux. Les deux sondages ont été réalisés entre le 20 janvier 2022 et le 28 février 2022.

This publication is also available in English under the title: 2021-2022 Annual Corporate Research – Quantitative Phase

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 communiquer avec l'Agence à l'adresse cra-arc.media@cra-arc.gc.ca

101, promenade Colonel By
Ottawa (Ontario) K1A 0K2
Canada

Numéro de catalogue : Rv4-126/1-2022F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-44212-9

Publications connexes (numéro d'inscription : POR-076-21) :

Numéro de catalogue : Rv4-126/1-2022E-PDF(rapport final, anglais)

ISBN : 978-0-660-44210-5

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par la ministre de l'Agence du revenu du Canada, 2021.



Table des matières

Résumé.....	4
But et objectifs de la recherche.....	4
Populations cibles	5
Méthode de recherche.....	5
Principales constatations	6
Résultats détaillés	25
But et objectifs de la recherche.....	25
Populations cibles	26
Constatations découlant de la recherche quantitative.....	27
Perceptions de l'Agence	27
Population générale.....	27
Confiance à l'égard de l'Agence	30
Serviabilité de l'Agence	32
Petites et moyennes entreprises (PME).....	34
Confiance à l'égard de l'Agence	36
Serviabilité de l'Agence	38
Intermédiaires fiscaux.....	41
Confiance à l'égard de l'Agence	43
Serviabilité de l'Agence	45
Production de déclarations de revenus	47
Population générale.....	47
Petites et moyennes entreprises (PME).....	53
Intermédiaires fiscaux.....	56
Communication avec l'Agence.....	58
Population générale.....	58
Communication au cours des 12 derniers mois	58
Raison de la communication	61
Satisfaction à l'égard du service	65
Petites et moyennes entreprises (PME).....	70
Communication au cours des 12 derniers mois	70
Raison de la communication	73

Satisfaction à l'égard du service	77
Intermédiaires fiscaux	83
Communication au cours des 12 derniers mois	83
Raison de la communication	85
Satisfaction à l'égard du service	89
Prestation de services	94
Population générale	94
Énoncés sur la prestation de services	94
Inscription aux services en ligne.....	96
Petites et moyennes entreprises (PME)	97
Confiance sans aide externe.....	97
Préférences quant aux interactions avec l'Agence.....	98
Confiance à l'égard du règlement des désaccords fiscaux	103
Énoncés sur la prestation de services	105
Inscription aux services en ligne.....	107
Processus liés à l'impôt des entreprises.....	111
Pages sur l'impôt du site Web du gouvernement	114
Fardeau en matière de production de déclarations de revenus	116
Intermédiaires fiscaux	118
Préférences quant aux interactions avec l'Agence.....	118
Confiance à l'égard du règlement des désaccords fiscaux	122
Énoncés sur la prestation de services	124
Inscription aux services en ligne.....	127
Pages sur l'impôt du site Web du gouvernement	129
Fardeau en matière de production de déclarations de revenus	130
Attitudes à l'égard de l'observation fiscale	132
Population générale	132
Impôt et services reçus	132
Perceptions de la fraude fiscale	133
Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude	137
Petites et moyennes entreprises (PME)	140
Impôt et services reçus	140

Perceptions de la fraude fiscale	141
Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude	149
Intermédiaires fiscaux	154
Impôt et services reçus	154
Perceptions de la fraude fiscale	155
Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude	161
Facteurs clés des cotes de rendement de l'Agence	166
Population générale	166
Petites et moyennes entreprises (PME)	168
Intermédiaires fiscaux.....	171
Profil des répondants	174
Population générale	174
Petites et moyennes entreprises (PME)	181
Intermédiaires fiscaux.....	187
Méthode de recherche	189
Annexes	201
Sondage du population générale.....	201
Sondage des PME/IF.....	216

Résumé

Quorus Consulting Group Inc.

Numéro de contrat : 46637-234248/001/CY

Numéro d'inscription de la ROP : 076-21

Date d'octroi du contrat : le 7 janvier 2022

Coût du contrat : 171 738,02\$

But et objectifs de la recherche

Depuis 2005, l'Agence mène tous les ans des recherches par sondage aux fins de planification et d'établissement de rapports stratégiques. La structure de la recherche d'entreprise annuelle a fait l'objet de diverses modifications au fil des ans afin de refléter les priorités organisationnelles changeantes, les thèmes liés à l'impôt et les changements technologiques. En 2021, la recherche d'entreprise annuelle a été mise à jour afin d'y intégrer un sondage annuel de base, ainsi que des modules supplémentaires sur le service et l'observation dont l'exécution est fondée sur des échantillons fractionnés. La décision d'exécuter les modules supplémentaires chaque année contribuera à recueillir des résultats de suivi améliorés concernant l'ensemble des thèmes liés au service et à l'observation.

Pour 2021, les objectifs précis de la composante quantitative de la recherche comprenaient les suivants :

- réputation et impressions générales à l'égard de l'Agence;
- expérience de la production de déclarations de revenus;
- opinions concernant les communications et les interactions avec l'Agence;
- moyens de communication;
- attitudes à l'égard des services et attentes en matière de service (site Web, portails et communications);
- attitudes en ce qui a trait à l'observation, à l'économie clandestine et aux activités connexes;
- données démographiques.

Les autres objectifs de la recherche comprenaient les suivants :

- La compréhension des perceptions et des attitudes de la population permet à l'Agence de déterminer des publics cibles en vue de mesures et de communications précises.
- Les constatations sont utilisées dans les exercices de planification stratégique de l'Agence et l'analyse interne des tendances de l'opinion du public.
- Les constatations sont utilisées dans le cadre d'autres initiatives d'établissement de rapports et de suivi d'entreprise, y compris les données nécessaires pour établir l'indice de satisfaction

à l'égard du service, l'indice de confiance, ainsi qu'un indicateur de rendement clé concernant l'accès à l'information et la protection des renseignements personnels.

Populations cibles

Il y avait trois publics cibles :

- **Contribuables particuliers** : Âgés de 18 ans ou plus et ayant résidé au Canada pendant au moins 1 an.
- **Petites et moyennes entreprises (PME)** : Entreprises de moins de 100 employés. Les participants comprenaient les décideurs d'entreprise ou les particuliers qui prennent part aux décisions liées aux questions fiscales d'entreprise, à la paie, à la préparation de la TPS/TVH ou à la tenue de livres. Les titres de poste retenus étaient les suivants :
 - président, PDG ou propriétaire;
 - directeur financier/contrôleur;
 - comptable;
 - gestionnaire ou agent de la paie;
 - gestionnaire;
 - commis comptable;
 - agent financier.
- **Intermédiaires fiscaux** : Travaillant avec des particuliers clients et des PME clientes (moins de 100 employés) relativement à des questions liées à l'impôt ou à la paie.

Méthode de recherche

Cette recherche comportait deux composantes :

- Un sondage téléphonique comportant un échantillon aléatoire de 2 408 Canadiens adultes âgés de 18 ans ou plus a été mené entre le 20 janvier 2022 et le 28 février 2022. Les membres du public cible étaient les contribuables âgés de 18 ans et plus résidant au Canada depuis au moins 1 an (opérationnalisés dans le cadre de cette recherche comme un échantillon de Canadiens adultes résidant presque universellement au Canada depuis au moins 1 an). Les quotas ont été établis par région, par âge et par genre afin d'assurer un échantillonnage représentatif. Le sondage prenait 15 minutes en moyenne. Un échantillon de 2 408 répondants engendre une marge d'erreur globale de $\pm 2,0$ points de pourcentage, 19 fois sur 20. Étant donné qu'il s'agit d'un échantillonnage probabiliste effectué au moyen d'une collecte de données randomisées, les résultats du sondage sont extrapolables à l'ensemble de la population adulte canadienne.

- Un sondage en ligne auprès de 745 PME et de 812 intermédiaires fiscaux a été mené entre le 20 janvier 2022 et le 28 février 2022. Des quotas en matière de collecte de données ont été établis par région afin d'assurer un échantillonnage représentatif. Le sondage prenait 10 minutes en moyenne. Étant donné que les sondages auprès des PME et des intermédiaires fiscaux consistaient en des échantillonnages non probabilistes effectués au moyen d'un panel en ligne de représentants d'entreprise répondants accessible sur le marché, les résultats du sondage ne sont pas extrapolables à l'ensemble des populations canadiennes de PME et d'intermédiaires fiscaux.

Principales constatations

Perceptions de l'Agence

Perceptions générales

On a demandé aux Canadiens d'évaluer le rendement global de l'Agence en utilisant une échelle de 1 à 10 (où 1 signifiait « affreux » et 10, « excellent ») et de fournir une explication pour la cote accordée :

- Plus du tiers des répondants de la population générale (37 %) ont estimé que le rendement de l'Agence était bon (cotes de 8 à 10), tandis que la moitié des répondants ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7), pour une cote moyenne de 6,6. Ces cotes sont surtout attribuables à l'absence de problèmes dans les interactions avec l'Agence (21 %), puis à la réactivité des communications (11 %), à la perception selon laquelle les politiques sont équitables (6 %) et à l'efficacité du service de l'Agence (6 %).
- Environ deux PME interrogées sur cinq (40 %) ont indiqué que le rendement de l'Agence était bon, tandis que 44 % ont attribué des cotes neutres, pour une cote moyenne de 6,7. Ces cotes sont surtout attribuables aux interactions positives avec l'Agence (38 %), puis à l'expérience de service à la clientèle (mauvais service à la clientèle – 38 %; bon service à la clientèle – 31 %) et à la qualité ou fonctionnalité du site Web de l'Agence (12 %).
- Près de la moitié des intermédiaires fiscaux interrogés (49 %) ont indiqué que le rendement de l'Agence était bon, tandis que 41 % ont attribué des cotes neutres, pour une cote moyenne de 7,1. Les cotes des intermédiaires fiscaux sont surtout attribuables à l'expérience de service à la clientèle (bon service à la clientèle – 31 %; mauvais service à la clientèle – 38 %), puis à l'inefficacité générale (9 %) et à la qualité ou fonctionnalité du site Web de l'Agence (9 %).

Confiance envers l'Agence

On a demandé aux Canadiens d'indiquer leur niveau d'accord à l'égard d'une série d'énoncés axés sur la confiance. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ».

- Plus de la moitié des participants de la population générale interrogés étaient fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que les employés de l'Agence sont dignes de confiance (60 %), que les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail (56 %), que l'Agence fait ce qui est juste (51 %) et qu'elle travaille pour le bien de tous les Canadiens (51 %).
- La moitié des PME canadiennes interrogées (50 %) étaient fortement d'accord pour dire que les employés de l'Agence sont dignes de confiance, tandis que près de la moitié (46 %) convenaient que les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail. Environ deux PME interrogées sur cinq étaient d'accord pour dire que l'Agence fait ce qui est juste (39 %) et qu'elle travaille pour le bien de tous les Canadiens (39 %).
- Une majorité des intermédiaires fiscaux interrogés étaient fortement d'accord pour dire que les employés de l'Agence sont dignes de confiance (58 %), que les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail (55 %), que l'Agence fait ce qui est juste (53 %) et qu'elle travaille pour le bien de tous les Canadiens (52 %).

Voici le calcul d'indice qui a été établi pour obtenir une cote globale permettant d'évaluer les perceptions de la confiance envers l'Agence :

Indice de confiance = SOMME (« Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste » + « L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens » + « J'estime que les gens de l'Agence sont dignes de confiance » + « Les gens de l'Agence sont capables de bien faire leur travail »)/4

- En examinant les cotes globales de l'indice de confiance, on remarque que près de la moitié des répondants de la population générale (47 %) ont attribué des cotes de confiance élevées (cotes de 8 à 10), et que 43 % ont attribué des cotes moyennes (cotes de 4 à 7), pour une cote d'indice moyenne de 7,2.
- Les cotes d'indice de confiance élevées étaient moins fréquentes chez les PME (37 %); bon nombre d'entre elles (48 %) ont fourni des cotes moyennes, pour une cote d'indice moyenne globale de 6,3.
- Les cotes élevées étaient plus fréquentes chez les intermédiaires fiscaux (48 %), et la plupart des intermédiaires fiscaux restants ont attribué des cotes moyennes (41 %), pour une cote d'indice moyenne de 6,9.

Serviabilité de l'Agence

Le sondage, en plus d'évaluer une série d'énoncés axés sur la confiance, visait à demander aux Canadiens d'indiquer leur niveau d'accord à l'égard d'énoncés axés sur la serviabilité. Pour ce faire, ils devaient utiliser la même échelle de 1 à 10, 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et 10, « tout à fait en accord ».

- Plus de trois Canadiens sur cinq étaient fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire qu'ils pouvaient faire confiance à l'Agence pour traiter leurs renseignements personnels de manière appropriée (64 %) et que les informations qu'ils recevaient de l'Agence étaient cohérentes (62 %). Environ la moitié des Canadiens ont convenu que l'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus (51 %), et 45 % ont convenu que l'Agence est serviable de manière générale.
- Une majorité des PME interrogées étaient fortement d'accord pour dire que l'Agence traite leurs déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (59 %), que l'Agence traite les renseignements de leur entreprise de manière appropriée (54 %) et que les renseignements pour leur entreprise arrivent à temps (53 %).
- La moitié ou la plupart des intermédiaires fiscaux se sont dits fortement en accord avec l'ensemble des énoncés axés sur la serviabilité. Plus précisément, ils se sont dit d'accord à 58 % que l'Agence traite les renseignements de leur entreprise de manière appropriée, à 56 % qu'elle traite leurs déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun et à 56 % qu'ils reçoivent des informations cohérentes. Aussi, la moitié ou plus de la moitié étaient d'avis que l'Agence est serviable (54 %), qu'elle fournit suffisamment de renseignements afin que les clients puissent respecter leurs obligations fiscales (53 %), que les renseignements pour les clients arrivent à temps (51 %), que le processus de production est facile (51 %) et que l'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens (50 %).

Production de déclarations de revenus

Plus de neuf répondants de la population générale sur dix (91 %) ont indiqué qu'ils avaient envoyé à l'Agence une déclaration de revenus des particuliers au cours de la dernière année. Les deux tiers des déclarants (66 %) ont indiqué avoir reçu de l'aide pour préparer leur déclaration de revenus; de ceux-ci, 79 % ont eu recours à un préparateur de déclarations de revenus ou à un comptable, et 21 % se sont tournés vers des amis ou des proches pour obtenir de l'aide. La plupart des déclarants (82 %) ont indiqué avoir produit leur déclaration de revenus en ligne; 12 % ont indiqué avoir envoyé leur déclaration par la poste.

On a demandé aux PME canadiennes de décrire leur approche à l'égard de la production de leurs déclarations de revenus d'entreprise. Plus précisément, on leur a demandé d'indiquer si elles recouraient à des services internes ou externes tout au long du processus de production. Une grande partie d'entre elles (43 %) ont dit recourir exclusivement à des services externes, 25 % ont dit utiliser exclusivement des ressources internes, et 30 % une combinaison des deux.

En ce qui concerne la planification fiscale, 36 % ont dit utiliser des ressources internes exclusivement, 31 % des services externes exclusivement et 27 % une combinaison des deux.

On a demandé aux PME de coter leur niveau de satisfaction à l'égard de l'Agence en fonction de leur dernière expérience de production des déclarations de revenus. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « complètement insatisfait » et 10, « complètement satisfait ». Une majorité d'entre elles (60 %) ont attribué un niveau de satisfaction élevé (cotes de 8 à 10), tandis que 31 % ont attribué une cote moyenne (cotes de 4 à 7), pour une cote de satisfaction globale moyenne de 7,6.

On a également demandé aux intermédiaires fiscaux de coter, à l'aide de la même échelle, leur niveau de satisfaction globale en fonction de leur dernière expérience de production des déclarations de revenus. La plupart d'entre eux (61 %) ont attribué une cote de satisfaction élevée, tandis que 32 % ont attribué une cote moyenne, pour une cote de satisfaction globale moyenne de 7,6.

Communication avec l'Agence

Communication au cours des 12 derniers mois

On a demandé aux Canadiens s'ils avaient communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois pour une raison autre que l'envoi de déclarations de revenus des particuliers.

- Près d'un répondant de la population sur cinq (16 %) a contacté l'Agence, tandis que 13 % ont été contactés par l'Agence. Près des trois quarts (73 %) n'ont eu aucune forme de communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois.
- Environ le quart des entreprises (26 %) ont contacté l'Agence, tandis que 15 % ont été contactées par l'Agence. Un peu plus de la moitié (56 %) n'ont eu aucune forme de communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois.
- Un peu plus du tiers des intermédiaires fiscaux (35 %) ont contacté l'Agence, tandis que 13 % ont été contactés par l'Agence. Un peu plus de la moitié (53 %) n'ont eu aucune forme de communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois.

On a demandé aux Canadiens qui ont contacté l'Agence ou qui ont été contactés par celle-ci au cours des 12 derniers mois de préciser le moyen de communication utilisé.

- Près de la moitié de tous les répondants de la population générale ont communiqué avec l'Agence par téléphone (49 %), 26 % ont interagi par courrier et 22 % ont communiqué avec l'Agence en ligne.
- Près des deux tiers des PME interrogées ont communiqué avec l'Agence par téléphone (63 %), 22 % ont interagi en ligne et 14 % ont communiqué avec l'Agence par la poste.
- Des proportions semblables ont été observées chez les intermédiaires fiscaux parmi lesquels 67 % ont indiqué utiliser le téléphone, 19 % ont interagi en ligne et 12 % ont communiqué avec l'Agence par la poste.

On a demandé aux répondants qui ont interagi en ligne avec l'Agence ou qui ont été contactés en ligne par celle-ci au cours des 12 derniers mois de préciser la méthode de communication en ligne qui a été utilisée.

- Près des trois quarts des répondants de la population (71 %) ont utilisé le portail fiscal sécurisé Mon dossier, tandis que 12 % ont utilisé les pages de l'impôt du site Web Canada.ca. Quelques-uns ont mentionné le courriel (9 %) et les applications mobiles de l'Agence (2 %).
- La plupart des PME (56 %) ont utilisé le portail fiscal sécurisé Mon dossier d'entreprise, 18 % ont communiqué par l'intermédiaire des pages fiscales du site Web Canada.ca et 15 % ont mentionné les applications mobiles de l'Agence (15 %). Quelques-unes ont utilisé la fonction de clavardage de l'Agence avec Charlie (3 %).
- Près de la moitié des intermédiaires fiscaux (45 %) ont utilisé le portail fiscal sécurisé Représenter un client, tandis qu'environ le tiers (32 %) ont utilisé les pages de l'impôt du site Web Canada.ca. Les formes de communication en ligne moins courantes comprenaient les applications mobiles de l'Agence (14 %), les plateformes de médias sociaux de l'Agence (5 %) et les courriels (3 %).

Raison de la communication

Les raisons de communiquer avec l'Agence au cours des 12 derniers mois étaient assez variées dans les trois publics cibles :

- Les résultats relatifs à la population en général étaient assez variés : précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence (environ un répondant sur cinq, soit 20 %); renseignements généraux autres que ceux concernant la production des déclarations (17 %); renseignements sur les prestations d'urgence liées à la COVID (16 %); précisions sur la production de déclarations de revenus (16 %); exécution d'un paiement dû au titre de l'impôt des particuliers (15 %). De plus, plus d'un répondant

sur dix a soumis des documents que l'Agence avait demandés (12 %) ou tentait de résoudre un différend avec l'Agence (12 %).

- Les résultats relatifs aux entreprises canadiennes étaient eux aussi assez variés : précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence (plus d'un répondant sur cinq, soit 25 %); renseignements sur les prestations d'urgence liées à la COVID (21 %). Parmi les autres raisons communes, il y avait la demande de renseignements généraux autres que ceux concernant la production des déclarations (19 %), le versement d'un paiement dû au titre de l'impôt des entreprises (17 %) ou la tentative de résoudre un différend avec l'Agence (15 %).
- Plus du tiers des répondants ont mentionné avoir demandé des précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence (37 %). Ils sont suivis de ceux qui ont demandé des renseignements autres que ceux concernant la production de leurs déclarations d'entreprise (28 %) et de ceux qui tentaient de résoudre un différend avec l'Agence (24 %). Près d'un répondant sur cinq a indiqué avoir demandé des renseignements avant de produire une déclaration de revenus (18 %), effectué un paiement dû au titre de l'impôt des entreprises (17 %), soumis des documents que l'Agence avait demandés (17 %) et demandé des précisions sur les prestations d'urgence liées à la COVID (17 %).

On a demandé aux répondants qui ont communiqué avec l'Agence (en ligne, par téléphone ou en personne) de préciser leur préoccupation générale :

- La majorité des répondants de la population générale (43 %) ont communiqué avec l'Agence au sujet de l'impôt sur le revenu des particuliers, tandis que plus d'un répondant sur cinq (21 %) l'a fait au sujet des prestations ou des subventions d'urgence liées à la COVID.
- Environ une PME sur dix a communiqué avec l'Agence au sujet des prestations ou des subventions d'urgence liées à la COVID (10 %), de l'impôt sur le revenu des particuliers (8 %), de la TPS ou de la TVH (7 %) ou de l'impôt sur le revenu des sociétés (7 %).
- Environ un intermédiaire fiscal sur dix a communiqué avec l'Agence au sujet de l'impôt sur le revenu des particuliers (11 %), de l'impôt sur le revenu des sociétés (10 %), des prestations ou des subventions d'urgence liées à la COVID (9 %), de la TPS ou de la TVH (9 %) ou des demandes de crédits d'impôt (6 %).

Satisfaction à l'égard du service

On a demandé aux Canadiens qui avaient indiqué avoir eu une communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois de préciser, en fonction de leur expérience de l'Agence, leur niveau d'accord avec une série d'énoncés sur la satisfaction à l'égard du service. Pour ce faire, ils

devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ».

- Plus des trois quarts des répondants étaient fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que le représentant de l'Agence était professionnel (76 %) et poli (75 %). Environ les deux tiers des répondants ont convenu que les renseignements fournis étaient exacts (69 %), complets (66 %) et faciles à comprendre (64 %), tandis que 64 % ont également convenu que le représentant a pris le temps de comprendre leur situation. Environ la moitié des répondants étaient d'avis que le service était offert en temps opportun (53 %), tandis que moins de la moitié étaient d'accord pour dire que le service de l'Agence était facile d'accès (43 %).
- Près des deux tiers des PME étaient fortement d'accord pour dire que le représentant de l'Agence était poli (63 %) et professionnel (62 %). Plus de la moitié des répondants ont convenu que les renseignements fournis étaient exacts (59 %), complets (54 %) et faciles à comprendre (54 %). Une proportion semblable a convenu que le représentant a pris le temps de comprendre sa situation (54 %). Près de la moitié des répondants étaient d'accord pour dire qu'il était facile d'accéder au service de l'Agence (46 %) et que celui-ci était offert en temps opportun (44 %).
- Les deux tiers des intermédiaires fiscaux étaient fortement d'accord pour dire que le représentant de l'Agence était poli (66 %) et professionnel (66 %). Une majorité a convenu que les renseignements fournis étaient exacts (62 %), faciles à comprendre (59 %) et complets (57 %) et que le représentant a pris le temps de comprendre la situation (60 %). Un peu plus de la moitié des répondants étaient d'accord pour dire qu'il était facile d'accéder au service de l'Agence (55 %) et que celui-ci était offert en temps opportun (53 %).

Un indice de satisfaction du service a été créé en utilisant le calcul suivant :

Indice de satisfaction à l'égard du service = SOMME (« Le service offert par l'Agence était facile à accéder » + « Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun » + « Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts » + « Les renseignements que j'ai reçus étaient complets » + « Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre » + « Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation » + « Le représentant de l'Agence était professionnel » + « Le représentant de l'Agence était poli »)/8

- Plus de trois répondants de la population générale sur cinq (60 %) ont attribué des cotes élevées concernant l'indice de satisfaction à l'égard du service (cotes de 8 à 10),

tandis que 34 % avaient des cotes modérées (cotes de 4 à 7), ce qui a donné une cote moyenne de 7,9.

- Près de la moitié des PME (49 %) ont attribué des cotes élevées concernant l'indice de satisfaction à l'égard du service, et la plupart des autres ont attribué des cotes modérées (40 %), ce qui a donné une cote moyenne de 6,8.
- Plus de la moitié des intermédiaires fiscaux (53 %) ont attribué des cotes élevées concernant l'indice de satisfaction à l'égard du service, tandis que 41 % ont attribué des cotes modérées, ce qui a donné une cote moyenne de 7,1.

Lorsqu'on leur a demandé d'évaluer leur satisfaction globale à l'égard de la qualité du service qu'ils ont reçu, ceux qui ont interagi avec l'Agence au cours de la dernière année ont indiqué ce qui suit :

- La plupart des répondants de la population générale (57 %) étaient très satisfaits (cotes de 8 à 10), tandis que 29 % ont attribué des cotes de satisfaction moyennes, ce qui a donné une cote de satisfaction globale moyenne de 7,3.
- Environ la moitié des PME (51 %) étaient très satisfaites, et 33 % d'entre elles ont accordé des cotes modérées, ce qui a donné une cote globale moyenne de 6,8.
- Un peu plus de la moitié des intermédiaires fiscaux (57 %) étaient plutôt satisfaits, tandis que 35 % ont accordé des cotes modérées, ce qui a donné une cote globale moyenne de 7,3.

De nombreuses PME (68 %) et la plupart des intermédiaires fiscaux (82 %) qui avaient communiqué eux-mêmes avec l'Agence au cours de la dernière année estimaient que celle-ci avait réussi à répondre à leurs besoins lors de leur plus récente communication.

Par rapport au niveau de service à la clientèle qu'ils reçoivent de leurs institutions financières, plus de la moitié des PME (53 %) et des intermédiaires fiscaux (52 %) estimaient que le service reçu de l'Agence était à peu près le même. Autrement, les intermédiaires fiscaux jugeaient le service de l'Agence plus favorablement (33 % estimaient que l'Agence offrait un meilleur service) par rapport aux PME (16 %).

Prestation de services

Confiance sans aide externe

On a demandé aux entreprises canadiennes qui avaient eu recours à un service externe de préparation de déclarations de revenus d'indiquer leur niveau de confiance dans leur capacité de traiter leurs déclarations de revenus sans aide externe. Les répondants ont indiqué leur niveau de confiance sur une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « aucune confiance » et 10, « beaucoup de

confiance ». Plus d'une PME sur cinq (21 %) a indiqué un niveau élevé de confiance (cotes de 8 à 10), tandis qu'environ le tiers (33 %) ont indiqué un niveau modéré de confiance (cotes de 4 à 7) pour une cote de confiance moyenne de 4,5.

Préférences de contact lors des interactions avec l'Agence

On a demandé aux PME intermédiaires fiscaux de décrire comment ils souhaiteraient recevoir le service ou les renseignements lorsqu'ils ont besoin de renseignements de base de la part de l'Agence. Les deux principales méthodes pour les deux publics cibles consistaient à consulter les pages sur l'impôt du Canada.ca (46 % chez les PME et 40 % chez les intermédiaires fiscaux) et à communiquer avec l'Agence par téléphone (21 %, respectivement).

Lorsqu'il s'agit de leur moyen privilégié de recevoir des services ou des renseignements lorsqu'ils ont besoin de précisions sur les renseignements envoyés par l'Agence, le téléphone est de loin le moyen le plus privilégié pour les deux publics cibles : 53 % chez les PME et 44 % chez les intermédiaires fiscaux. Les courriels arrivent loin derrière en deuxième position avec 14 % parmi les PME et 18 % parmi les intermédiaires fiscaux.

Le téléphone est encore une fois le grand favori lorsque les répondants ont été invités à décrire leur moyen privilégié de recevoir un service ou des renseignements pour obtenir de l'aide sur une question fiscale personnelle (46 % chez les PME et 49 % chez les intermédiaires fiscaux)

Confiance à l'égard du règlement des désaccords fiscaux

On a demandé aux PME et aux intermédiaires fiscaux dans quelle mesure ils estimaient que tout désaccord potentiel avec l'Agence pourrait être résolu (en utilisant une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout confiant » et 10 signifiant « extrêmement confiant »).

- Le tiers des PME (33 %) étaient très confiants (cotes de 8 à 10), tandis que près de la moitié (46 %) étaient modérément confiantes (cotes de 4 à 7), ce qui a donné une cote de confiance moyenne de 6,3.
- Plus de la moitié des intermédiaires fiscaux (52 %) étaient plutôt confiants, tandis que 38 % étaient modérément confiants, ce qui a donné une cote de confiance moyenne de 7,2.

En utilisant la même échelle de confiance, on a demandé aux PME et aux intermédiaires fiscaux dans quelle mesure ils seraient confiants que le processus de l'Agence serait mené de façon équitable en cas de désaccord au sujet de leurs déclarations d'entreprise.

- Plus du tiers des PME (37 %) étaient assez confiantes (cotes de 8 à 10), tandis que près de la moitié (46 %) étaient modérément confiantes (cotes de 4 à 7), ce qui a donné une cote de confiance moyenne de 6,5.
- Plus de la moitié des intermédiaires fiscaux (55 %) étaient plutôt confiants, tandis que 36 % étaient modérément confiants, ce qui a donné une cote de confiance moyenne de 7,3.

Prestation de services

On a demandé aux Canadiens d'indiquer leur niveau d'accord à l'égard d'une série d'énoncés axés sur la prestation de services. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ».

- Plus de quatre répondants de la population générale sur cinq (82 %) étaient fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que lorsqu'ils communiquaient avec l'Agence par téléphone, ils étaient en mesure d'être servis dans la langue officielle de leur choix. Une majorité de répondants convenait aussi que l'Agence présumait que les contribuables déclaraient leurs impôts avec exactitude (68 %) et qu'elle se tenait responsable des renseignements écrits qu'elle fournissait (65 %).
- Plus de quatre PME sur cinq (81 %) étaient fortement d'accord pour dire que lorsqu'ils communiquaient avec l'Agence par téléphone, ils étaient en mesure d'être servis dans la langue officielle de leur choix. Plus de la moitié des entreprises convenaient que l'Agence présumait que les entreprises déclaraient leurs impôts avec exactitude (55 %) et la moitié ont indiqué qu'elles se tenaient responsables des renseignements écrits qu'elles fournissaient (50 %). Enfin, 44 % des répondants ont convenu que l'Agence offre des services en ligne qui répondent à leurs besoins.
- Près des trois quarts des intermédiaires fiscaux (74 %) étaient fortement d'accord pour dire que lorsqu'ils communiquaient avec l'Agence par téléphone, ils étaient en mesure d'être servis dans la langue officielle de leur choix. Environ trois intermédiaires fiscaux sur cinq convenaient que l'Agence se tenait responsable des renseignements écrits qu'elle fournissait (60 %) et qu'elle présumait que les entreprises déclaraient leurs impôts avec exactitude (59 %). Un peu plus de la moitié des intermédiaires fiscaux convenaient qu'ils savaient comment accéder aux prestations et aux crédits fiscaux auxquels leurs clients avaient droit (56 %), qu'ils se sentaient bien informés des services offerts par l'Agence (55 %) et que l'Agence offrait des services en ligne qui répondaient à leurs besoins (54 %).

Inscription aux services en ligne

Environ les deux tiers des répondants de la population générale (65 %) croient qu'ils sont inscrits au service Mon dossier de l'Agence. Parmi les entreprises, 53 % ont utilisé le service Mon dossier d'entreprise de l'Agence, 30 % ne l'ont pas fait et 17 % ont indiqué qu'ils ne savaient pas s'ils étaient inscrits au portail fiscal sécurisé de l'Agence ou ont refusé de répondre. Parmi les intermédiaires fiscaux, 53 % ont utilisé le service Représenter un client de l'Agence.

On a demandé aux abonnés au portail Mon dossier d'entreprise dont la plus récente communication avec l'Agence a eu lieu par téléphone d'expliquer pourquoi ils n'avaient pas utilisé le portail fiscal sécurisé. Beaucoup ont mentionné expressément le besoin de clarifications liées aux renseignements reçus de l'Agence (17 %). Près du tiers des PME (29 %) ont aussi décrit diverses perceptions de préoccupations liées à la sécurité ou à la protection des renseignements personnels en lien avec l'utilisation du portail en ligne, tandis que plus du quart (26 %) ont mentionné la commodité de communiquer avec l'Agence par téléphone.

Une question semblable a été posée aux utilisateurs du portail Représenter un client. Plus du tiers des répondants (34 %) ont mentionné qu'ils devaient accéder à des renseignements précis, et près d'un sur cinq (16 %) a précisément indiqué la nécessité d'obtenir des précisions sur les renseignements reçus de l'Agence. Plus du quart des intermédiaires fiscaux (28 %) ont mentionné la commodité de communiquer avec l'Agence par téléphone, tandis qu'environ le quart (25 %) ont fait référence à diverses préoccupations liées à la sécurité ou de confidentialité en lien avec l'utilisation du portail en ligne.

Processus liés à l'impôt des entreprises

Les deux tiers des PME (66 %) ont déclaré être responsables de la lecture et du traitement de toutes les lettres reçues de l'Agence, tandis que la plupart des autres répondants (32 %) liraient personnellement la lettre et la remettaient à leur comptable ou à leur service des finances. Parmi les répondants qui fourniraient la lettre à leur comptable, 21 % avaient des employés dédiés pour traiter avec l'Agence en leur nom.

Utilisation et satisfaction à l'égard des renseignements fiscaux sur Canada.ca

Plus des deux tiers des PME (69 %) et presque tous les intermédiaires fiscaux (86 %) avaient déjà visité le site Web Canada.ca pour obtenir des renseignements fiscaux. Voici les résultats obtenus en ce qui concerne les utilisateurs du site Web :

- Une minorité d'utilisateurs du site Web des PME (43 %) étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que le site Web fournissait les renseignements nécessaires,

36 % étaient d'accord que les renseignements fournis étaient faciles à comprendre et 32 % étaient d'accord que les renseignements étaient faciles à trouver.

- La majorité des intermédiaires fiscaux utilisateurs du site Web (61 %) étaient tout à fait d'accord pour dire que le site Web fournissait les renseignements nécessaires. Un peu plus de la moitié des intermédiaires fiscaux convenaient aussi que les renseignements fournis étaient faciles à comprendre (54 %) et à trouver (51 %).

Fardeau en matière de production de déclarations de revenus

On a demandé aux entreprises et aux intermédiaires fiscaux d'indiquer leur niveau d'accord avec une série d'indicateurs liés à la production de déclarations de revenus. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ».

- Une minorité d'entreprises (36 %) étaient fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire qu'au cours de la dernière année, ils avaient passé moins de temps à chercher les renseignements nécessaires pour remplir leurs obligations fiscales. Un pourcentage moins important était d'accord pour dire que l'Agence prenait en considération leurs besoins lorsqu'elle élaborait des produits et des services (28 %), et que les nouveaux produits et services répondaient aux impératifs liés aux affaires (23 %).
- Près de la moitié des intermédiaires fiscaux étaient fortement d'accord pour dire que l'Agence prenait en considération leurs besoins lorsqu'elle élaborait des produits et des services (49 %), et que les nouveaux produits et services répondaient aux impératifs liés aux affaires (47 %). Une proportion semblable était d'accord pour dire que moins de temps était consacré à la recherche de renseignements nécessaires pour respecter les obligations fiscales des entreprises au cours de la dernière année (45 %).

On a ensuite demandé aux intermédiaires fiscaux d'évaluer la mesure dans laquelle le respect de leurs obligations fiscales représentait un fardeau. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout un fardeau » et 10, « énorme fardeau ». Un peu plus d'une personne sur cinq (21 % chez les PME et 23 % chez les intermédiaires fiscaux) ont exprimé un niveau élevé de fardeau (cotes de 8 à 10), la plupart ayant fourni des cotes entre 4 et 7 (43 % chez les PME et 49 % chez les intermédiaires). La cote moyenne concernant le fardeau chez les PME était de 5 et de 5,6 chez les intermédiaires fiscaux.

Attitudes à l'égard de l'observation fiscale

Impôt et services reçus

On a demandé à tous les participants de l'étude de préciser si l'impôt qu'elles payaient était représentatif des services qu'ils recevaient du gouvernement canadien :

- Plus d'un quart des répondants de la population générale (28 %) estimaient avoir payé beaucoup trop d'impôt par rapport aux services reçus, 23 % estimaient avoir payé un peu trop d'impôt et 41 % estimaient avoir payé juste assez d'impôt.
- Environ la moitié des PME estimaient que les montants qu'elles payaient en impôts étaient beaucoup trop élevés (24 %) ou un peu trop élevés (24 %). Parmi les autres, 24 % estimaient que les montants qu'elles payaient en impôts étaient justes et 13 % jugeaient qu'ils n'étaient pas suffisamment élevés.
- De même, environ la moitié des intermédiaires fiscaux estimaient que les montants payés en impôts par les entreprises canadiennes étaient beaucoup trop élevés (20 %) ou un peu trop élevés (31 %). Parmi les autres, 34 % estimaient que les montants qu'elles payaient en impôts étaient justes et 9 % jugeaient qu'ils n'étaient pas suffisamment élevés.

Perceptions de la fraude fiscale

Les perceptions suivantes concernent la fraude fiscale ont été explorées :

- Plus d'un quart des PME interrogées (28 %) estimaient que la fraude fiscale des entreprises était assez courante (cotes de 8 à 10), tandis que 43 % estimaient qu'elle était modérément fréquente (cotes de 4 à 7), ce qui donne une cote de probabilité moyenne de 6,3.
- Plus d'un quart des répondants des intermédiaires fiscaux (26 %) étaient d'avis que la fraude fiscale des entreprises était assez courante, tandis que 50 % estimaient qu'elle était modérément courante, ce qui donne une cote de probabilité moyenne de 6.

On a ensuite demandé aux entreprises et aux intermédiaires fiscaux d'évaluer le niveau d'effort déployé par l'Agence pour réduire la fraude fiscale par les entreprises au Canada.

- Plus du quart des entreprises (28 %) estiment que l'Agence ne fait pas assez d'efforts pour réduire la fraude fiscale, tandis que 32 % sont d'avis qu'elle en fait juste assez. Moins d'une sur dix (6 %) estime que l'Agence fait trop d'efforts, tandis que le tiers (33 %) ne sont pas certaines ou ont refusé de répondre.
- Près du quart des intermédiaires fiscaux (22 %) estiment que l'Agence ne fait pas assez d'efforts pour réduire la fraude fiscale, tandis qu'environ la moitié (50 %) sont d'avis

qu'elle en fait juste assez. Moins d'un sur dix (9 %) estime que l'Agence fait trop d'efforts, tandis que près d'un sur cinq (19 %) n'est pas certain ou a refusé de répondre.

On a demandé aux Canadiens d'évaluer la probabilité que les fraudeurs fiscaux se fassent pendre par l'Agence. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout probable » et 10, « très probable ».

- Près d'un quart des répondants de la population générale (24 %) ont fourni une cote de probabilité élevée (cotes de 8 à 10), tandis que près de la moitié (49 %) ont fourni une cote modérée (cotes de 4 à 7), ce qui donne une cote de probabilité moyenne de 5,7.

On a demandé aux PME canadiennes et aux intermédiaires fiscaux d'évaluer la probabilité que les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus se fassent pendre par l'Agence. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout probable » et 10, « très probable ».

- Près d'une PME interrogée sur trois (30 %) a fourni une cote de probabilité élevée (cotes de 8 à 10), tandis que 42 % ont fourni une note modérée (cotes de 4 à 7), ce qui a donné une cote de probabilité moyenne de 6,3.
- Plus de deux intermédiaires fiscaux interrogés sur cinq (42 %) ont fourni une cote de probabilité élevée, tandis que 39 % ont fourni une cote modérée, ce qui a donné une cote de probabilité moyenne de 6,9.

On a demandé aux entreprises canadiennes et aux intermédiaires fiscaux d'évaluer leur probabilité de signaler qu'une entreprise qu'elles connaissent pratique la fraude fiscale. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout probable » et 10, « très probable ».

- Devant une situation où ils soupçonnent qu'une entreprise pratique la fraude fiscale, 21 % des PME sont susceptibles de la dénoncer (cotes de 8 à 10). Lorsque les répondants étaient certains que l'entreprise pratiquait la fraude fiscale, le pourcentage passait à 42 %.
- Devant une situation où ils soupçonnent qu'une entreprise pratique la fraude fiscale, 33 % des intermédiaires fiscaux sont susceptibles de la dénoncer. Lorsque les répondants étaient certains que l'entreprise pratiquait la fraude fiscale, le pourcentage passait à 48 %.

On a demandé aux Canadiens d'indiquer leur niveau d'accord à l'égard d'une série d'énoncés axés sur la fraude fiscale. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ».

- Plus des deux tiers des répondants de la population générale (67 %) étaient fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que la fraude fiscale réduisait les fonds disponibles pour les services essentiels, tandis que 63 % étaient fortement d'accord pour dire qu'il était plus facile pour les personnes riches de pratiquer la fraude fiscale que pour les Canadiens de la classe moyenne. La moitié des répondants (50 %) étaient fortement d'avis que l'Agence s'en prenait aux Canadiens de la classe moyenne, mais fermait les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés.
- Plus du tiers des répondants de la population générale sont fortement d'accord pour dire que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales (35 %) et que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (34 %). Enfin, 29 % sont fortement d'accord pour dire que l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré.
- Plus des deux PME sur trois (67 %) sont fortement d'accord pour dire que lorsque des entreprises pratiquent la fraude fiscale, cela réduit les fonds disponibles pour les services essentiels. Un peu moins (60 %) estiment que les entreprises qui ne paient pas l'impôt sur tous leurs revenus, ou qui ne perçoivent pas la TPS/TVH, ont un avantage injuste. Plus de la moitié (53 %) conviennent qu'il est acceptable que l'Agence utilise des renseignements accessibles au public pour repérer les entreprises qui pratiquent la fraude fiscale.
- Dans une moindre mesure, les PME sont fortement en accord pour dire que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale (38 %) et que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales (34 %). Près d'un répondant sur cinq (19 %) estimait que l'Agence ne serait jamais au courant des revenus reçus en espèces.
- La majorité des intermédiaires fiscaux ont exprimé un niveau élevé d'accord (cotes de 8 à 10) sur le fait que lorsque les entreprises trichent sur leur impôt sur le revenu, cela réduit les fonds disponibles pour les services essentiels (57 %), et que les entreprises qui ne paient pas d'impôt sur tous leurs revenus ou qui le sont qui ne perçoivent pas la TPS ou la TVH ont un avantage injuste (55 %). Près de la moitié des intermédiaires fiscaux (48 %) sont tout à fait d'accord pour dire qu'il est acceptable que l'Agence utilise des renseignements accessibles au public pour attraper les entreprises qui fraudent le fisc, et que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale (46 %).

- Une plus faible proportion d'intermédiaires fiscaux (38 %) étaient tout à fait d'accord pour dire que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales. Plus du quart (28 %) sont fortement d'accord pour dire que l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré.

Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude

On a demandé aux Canadiens d'indiquer la mesure dans laquelle une série de comportements d'évitement fiscal étaient considérés comme de la fraude fiscale. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout un cas de fraude fiscale » et 10, « grave cas de fraude fiscale ».

- Près de quatre répondants de la population générale sur cinq (79 %) sont d'avis que la production de fausses déclarations pour les programmes de prestations représente un grave cas de fraude fiscale (cotes de 8 à 10). Près des trois quarts des répondants étaient d'avis que le fait de ne pas inscrire son entreprise (72 %) ou de ne pas déclarer des biens ou des revenus étrangers (71 %) constituait une fraude grave, tandis que 66 % étaient d'avis que le fait de recevoir un crédit pour dons de bienfaisance qui était plus élevé que le don effectué représentait une fraude fiscale grave.
- Près de trois Canadiens sur cinq estiment que le fait de ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne (59 %), de réaliser un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans le déclarer (59 %), d'être payé en argent comptant pour éviter de payer l'impôt sur le revenu (58 %) ou de sous-estimer le revenu gagné en argent comptant (58 %) représente un grave cas de fraude fiscale.
- Presque toutes les PME interrogées (88 %) sont d'avis que la production de fausses déclarations pour les programmes de prestations représente un grave cas de fraude fiscale. Environ les trois quarts des répondants estiment que le fait de payer des employés en argent comptant pour éviter les impôts sur les salaires (75 %) ou d'omettre de déclarer des biens ou des revenus étrangers (74 %) représente un grave cas de fraude fiscale. Environ sept répondants sur dix ont décrit la sous-déclaration des revenus en espèces (71 %) et les dépenses réclamées en trop (70 %) représentaient une fraude fiscale grave, tandis que 65 % estimaient que le fait de recevoir un crédit pour don de bienfaisance qui était plus élevé que le don effectué représentait une fraude fiscale grave.
- Une légère majorité de PME estimaient que les éléments suivants étaient graves : ne pas déclarer de l'argent provenant de la location de chambres ou de maisons à l'aide

de sites Web en ligne (58 %), faire un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans le déclarer (58 %) et ne pas enregistrer son entreprise (54 %).

- Trois quarts des intermédiaires fiscaux (76 %) croyaient fermement que la production de fausses demandes pour les programmes de prestations fiscales représentait une fraude grave. Environ six répondants sur dix ont convenu que les éléments suivants représentaient une fraude grave : ne pas inscrire son entreprise (64 %), réclamer des dépenses en trop (62 %), sous-déclarer un revenu en espèces (60 %), ne pas déclarer des biens ou des revenus étrangers (58 %) et être payé en argent comptant pour éviter l'impôt sur le revenu (58 %).
- Enfin, 54 % des répondants étaient d'avis que l'obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don effectué représentait un grave cas de fraude fiscale. Près de la moitié des Canadiens estiment que le fait de ne pas déclarer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne (49 %) ou de réaliser un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans le déclarer (48 %) représente un grave cas de fraude fiscale.

On a ensuite demandé aux entreprises et aux intermédiaires fiscaux qui avaient attribué une cote de 5 ou moins à au moins un comportement d'évitement fiscal d'évaluer la gravité de l'évitement fiscal en fonction du montant d'argent non payé. Pour ce faire, ils ont utilisé une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout un cas de fraude fiscale » et 10, « grave cas de fraude ».

- À la question de savoir si le fait d'éviter de payer 1 000 \$ à titre d'impôt représente un grave cas de fraude fiscale, plus d'une entreprise sur trois (37 %) estimait que c'est le cas (cotes de 8 à 10), tandis qu'environ le tiers (33 %) ont attribué une cote de 5 ou moins.
- On a ensuite demandé à celles qui avaient attribué une cote de 5 ou moins d'évaluer la gravité si le montant passait à 10 000 \$. Plus d'un répondant sur dix (14 %) estime qu'il s'agit d'un grave cas de fraude, tandis que deux répondants sur cinq (44 %) ont de nouveau attribué une cote de 5 ou moins.
- On a ensuite demandé à ces répondants d'évaluer la gravité du fait d'éviter de payer 50 000 \$ en impôt. Aucun des autres répondants n'est d'avis qu'il s'agit d'une fraude fiscale grave, tandis que 84 % ont attribué une cote de 5 ou moins.
- Plus d'un intermédiaire fiscal sur trois (37 %) estime que le fait d'éviter de payer 1 000 \$ en impôt représente une fraude fiscale grave (cotes de 8 à 10), tandis que 32 % donnent des cotes de 5 ou moins.
- On a ensuite demandé à ceux qui avaient attribué une cote de 5 ou moins d'évaluer la gravité si le montant passait à 10 000 \$. Compte tenu de ce scénario, 22 % des

répondants ont estimé qu'il s'agissait d'une fraude fiscale grave, tandis que 55 % ont encore une fois attribué une cote de 5 ou moins.

- On a ensuite demandé à ces derniers répondants d'évaluer la gravité du fait d'éviter de payer 50 000 \$ en impôt, ce qui, selon 7 %, était une fraude fiscale grave.

Enfin, on a demandé aux PME et aux intermédiaires fiscaux d'évaluer l'importance des efforts de recouvrement en cas d'évitement fiscal. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout important » et 10, « très important ».

- Un grand nombre des PME interrogées (72 %) ont estimé qu'il était important (cotes de 8 à 10) que l'Agence recouvre les impôts impayés lorsque des personnes ne déclarent pas de revenus ou de biens étrangers imposables, tandis que 59 % ont estimé qu'il était important que l'Agence recouvre les impôts impayés lorsque des personnes travaillent au noir pour de l'argent.
- Une majorité d'intermédiaires fiscaux (63 %) ont estimé qu'il était important (cotes de 8 à 10) que l'Agence recouvre les impôts impayés lorsque des personnes ne déclarent pas de revenus ou de biens étrangers imposables, tandis que 51 % ont estimé qu'il était important que l'Agence recouvre les impôts impayés lorsque des personnes travaillent au noir pour de l'argent.

Déclaration de neutralité politique et coordonnées

J'atteste, par les présentes, à titre d'agent principal de Quorus Consulting Group Inc., que les produits livrables se conforment entièrement aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la [Politique sur les communications et l'image de marque](#) et la [Directive sur la gestion des communications, annexe C : Procédure obligatoire relative à la recherche sur l'opinion publique](#).

Plus précisément, les résultats n'abordent pas les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis et les cotes de performance d'un parti politique ou de son chef.



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rick Nadeau', is centered on a white background with a light gray grid pattern.

Le 14 juin 2022
Rick Nadeau, Président
Quorus Consulting Group Inc.

Résultats détaillés

But et objectifs de la recherche

Depuis 2005, l'Agence mène tous les ans des recherches par sondage aux fins de planification et d'établissement de rapports stratégiques. La structure de la recherche d'entreprise annuelle a fait l'objet de diverses modifications au fil des ans afin de refléter les priorités organisationnelles changeantes, les thèmes liés à l'impôt et les changements technologiques. En 2021, la recherche d'entreprise annuelle a été mise à jour afin d'y intégrer un sondage annuel de base, ainsi que des modules supplémentaires sur le service et l'observation dont l'exécution est fondée sur des échantillons fractionnés. La décision d'exécuter les modules supplémentaires chaque année contribuera à recueillir des résultats de suivi améliorés concernant l'ensemble des thèmes liés au service et à l'observation.

Pour 2021, les objectifs précis de la composante quantitative de la recherche comprenaient les suivants :

- réputation et impressions générales à l'égard de l'Agence;
- expérience de la production de déclarations de revenus;
- opinions concernant les communications et les interactions avec l'Agence;
- moyens de communication;
- attitudes à l'égard des services et attentes en matière de service (site Web, portails et communications);
- attitudes en ce qui a trait à l'observation, à l'économie clandestine et aux activités connexes;
- données démographiques.

Les données fournissent à l'Agence des renseignements généraux et contextuels sur les perceptions du public et des entreprises à l'égard de l'Agence. Avec cette information, l'Agence évaluera des facteurs, comme la confiance et la satisfaction à l'égard de l'Agence, contextualisera d'autres renseignements sur l'étude, transmettra de l'information fondée sur des données probantes pour la prise de décisions stratégiques et fournira des renseignements pour décrire les résultats sur la mobilisation et la gestion de la réputation.

Les autres objectifs de la recherche comprennent les suivants :

- La compréhension des perceptions et des attitudes de la population permet à l'Agence de déterminer des publics cibles en vue de mesures et de communications précises.
- Les constatations sont utilisées dans les exercices de planification stratégique de l'Agence et l'analyse interne des tendances de l'opinion du public.
- Les constatations sont utilisées dans le cadre d'autres initiatives d'établissement de rapports et de suivi d'entreprise, y compris les données nécessaires pour établir l'indice de satisfaction à l'égard du service, l'indice de confiance, ainsi qu'un indicateur de rendement clé concernant l'accès à l'information et la protection des renseignements personnels.

Populations cibles

Il y avait trois publics cibles :

- **Contribuables particuliers** : Âgés de 18 ans ou plus et ayant résidé au Canada pendant au moins 1 an.
- **Petites et moyennes entreprises (PME)** : Entreprises de moins de 100 employés. Les participants comprenaient les décideurs d'entreprise ou les particuliers qui prennent part aux décisions liées aux questions fiscales d'entreprise, à la paie, à la préparation de la TPS/TVH ou à la tenue de livres. Les titres de poste retenus étaient les suivants :
 - président, PDG ou propriétaire;
 - directeur financier/contrôleur;
 - comptable;
 - gestionnaire ou agent de la paie;
 - gestionnaire;
 - commis comptable;
 - agent financier.
- **Intermédiaires fiscaux** : Travaillant avec des PME clientes (moins de 100 employés) relativement à des questions liées à l'impôt ou à la paie.
-

Remarques à l'intention du lecteur :

- Tout au long du rapport, les résultats en gras dans les tableaux de données de la population générale indiquent une différence statistiquement significative. Les résultats en gras dans les tableaux de données pour les entreprises et les intermédiaires fiscaux suggèrent des différences notables, mais ne peuvent pas être considérés comme des différences statistiquement significatives car l'enquête auprès de ces segments n'a pas été menée à l'aide d'un échantillon probabiliste - dans ce cas, il s'agissait d'un panel en ligne disponible dans le commerce. Une marge d'erreur ne peut pas être calculée si un échantillon aléatoire n'est pas utilisé et, par conséquent, les différences ne peuvent pas être considérées comme statistiquement significatives.
- Les constatations pertinentes découlant de sous-groupes d'échantillon de moins de 25 personnes doivent être considérées prudemment et sont indiquées tout au long du rapport.
- Le rapport présente des résultats liés à des questions assorties d'une échelle allant de 1 à 10. Pour faciliter la lecture, ces résultats sont regroupés dans trois catégories, soit les résultats positifs (de 8 à 10), les résultats neutres (de 4 à 7) et les résultats négatifs (de 1 à 3).

Constatations découlant de la recherche quantitative

Perceptions de l'Agence

Population générale

Perceptions générales

On a demandé aux Canadiens d'évaluer le rendement global de l'Agence en utilisant une échelle de 1 à 10, où 1 signifiait « affreux » et 10, « excellent ». Plus du tiers des répondants (37 %) estiment que le rendement de l'Agence est bon (cotes de 8 à 10), tandis que la moitié des répondants ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). Moins de 1 Canadien sur 10 (9 %) décrit le rendement global comme étant médiocre (cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 6,6, soit une cote neutre, pour les Canadiens.

Tableau 1. Rendement global de l'Agence

Base : (Population générale) Tous les répondants (n=2 408)

Évaluation globale	Total (n=2 408)	ATL (n=260)	QC (n=551)	ON/ NU (n=802)	MB/ SK (n=268)	AB/ NT (n=216)	BC/ YT (n=311)	18 – 24 (n=94)	25 – 34 (n=215)	35 – 49 (n=462)	50 – 64 (n=686)	65+ (n=938)
8 à 10 (bon)	37 %	37 %	36 %	41 %	38 %	31 %	34 %	37 %	35 %	36 %	36 %	41 %
4 à 7 (neutre)	50 %	49 %	52 %	47 %	48 %	53 %	53 %	50 %	53 %	51 %	50 %	48 %
1 à 3 (médiocre)	9 %	11 %	6 %	7 %	11 %	14 %	9 %	4 %	8 %	9 %	11 %	7 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	4 %	2 %	7 %	4 %	2 %	1 %	4 %	9 %	4 %	4 %	3 %	4 %
Moyenne	6,6	6,4	6,7	6,8	6,4	6,2	6,4	6,9	6,5	6,6	6,4	6,7

BG-1. Comment évalueriez-vous le rendement global de l'Agence du revenu du Canada? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « affreux » et 10 signifie « excellent ».

À la suite d'une comparaison du rendement global de l'Agence dans les sous-groupes pertinents, les tendances suivantes sont ressorties des cotes de rendement moyennes :

- Les personnes vivant en Ontario (6,8) ou au Québec (6,7) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que celles qui vivent en Colombie-Britannique (6,4) ou en Alberta (6,2).
- Les Canadiens qui ont fait des études universitaires (6,7) ou secondaires (6,7) ont attribué des cotes plus élevées, en moyenne, que ceux qui détiennent un diplôme d'une école de métiers ou d'un collège (6,3).
- Les répondants qui travaillent à temps partiel (6,8), les Canadiens à la retraite (6,7) ou les travailleurs à temps plein (6,5) ont attribué des cotes plus élevées, en moyenne, que ceux qui sont des travailleurs indépendants (6,1).
- Les personnes nées à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles nées au Canada (7,3 contre 6,4).
- Les Canadiens dont la source de revenus est leur employeur ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que ceux qui sont des propriétaires d'entreprise ou des associés (6,6 contre 6,2).
- En général, les répondants qui sont inscrits au service en ligne Mon dossier de l'Agence ont attribué une cote plus élevée que ceux qui ne le sont pas (6,8 contre 6,3).

En fonction de leur évaluation du rendement global, les répondants ont ensuite été invités à expliquer leur raisonnement. Les cotes globales sont surtout attribuables à l'absence de problèmes dans les interactions avec l'Agence (21 %), et les raisons suivantes sont la réactivité des communications (11 %), la perception selon laquelle les politiques sont équitables (6 %) et l'efficacité du service de l'Agence (6 %).

Tableau 2. Raison de l'évaluation du rendement global

Base : (Population générale) Répondants qui ont fourni une évaluation valide (n=2 314)

Raison de l'évaluation	Total (n=2 314)	8 – 10 Bon (n=909)	4 – 7 Neutre (n=1 187)	1 – 3 Médiocre (n=218)
Fait du bon travail/jamais eu de problème	21 %	41 %	10 %	2 %
Pas réactive/longs temps d'attente/difficile à joindre	11 %	5 %	13 %	20 %
Politiques ou pratiques inéquitables (général)	6 %	2 %	7 %	15 %
Processus compliqué, inefficace ou lent	6 %	2 %	7 %	12 %
Piètre qualité des services en ligne ou du site Web	5 %	4 %	6 %	5 %
Toujours des améliorations à apporter	5 %	5 %	6 %	< 1 %
Connu des problèmes (général)	4 %	2 %	4 %	13 %
Perçoit trop d'impôt/n'aime pas payer des impôts	4 %	1 %	5 %	11 %
Mauvais service à la clientèle (général)	4 %	2 %	5 %	12 %
Bon service à la clientèle (général)	3 %	8 %	1 %	-
Fait des erreurs	2 %	1 %	2 %	7 %
Fournit des paiements ou des remboursements réguliers	2 %	4 %	1 %	< 1 %
Mauvais service à la clientèle au centre d'appels	2 %	1 %	3 %	2 %
Services en ligne ou site Web conviviaux	2 %	4 %	1 %	-
Difficile de trouver des renseignements	2 %	1 %	2 %	2 %
Facile d'accéder aux renseignements et de les comprendre	1 %	3 %	1 %	-
Facile à joindre/rapide/réactive	1 %	3 %	1 %	1 %
Mauvaise résolution des problèmes	1 %	< 1 %	2 %	4 %
Processus efficace de production des déclarations de revenus	1 %	3 %	< 1 %	-
Renseignements difficiles à comprendre ou trop compliqués	1 %	< 1 %	2 %	< 1 %
Fournit trop peu de prestations ou de crédits (général)	1 %	< 1 %	2 %	1 %
Problèmes liés à la sécurité ou à la protection des renseignements personnels	1 %	< 1 %	1 %	1 %
Processus équitable/échéances faciles à respecter	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %
Méfiant à l'égard de l'organisation/manque de transparence	< 1 %	< 1 %	1 %	1 %
Connu des problèmes concernant les prestations d'urgence liées à la COVID-19	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %
Connu des problèmes concernant les pensions	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %
Autre	2 %	2 %	2 %	3 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	21 %	15 %	28 %	7 %

B-2. Pourquoi évaluez-vous le rendement de l'Agence en donnant une cote de [RÉPONSE À BG-1] sur 10? POSER LA QUESTION : Y a-t-il d'autres raisons?

Lorsque l'on compare les raisons pour lesquelles les répondants jugent le rendement global comme étant bon (cotes de 8 à 10), neutre (cotes de 4 à 7) ou médiocre (cotes de 1 à 3), les tendances suivantes ressortent :

- En général, les répondants qui ont attribué une cote positive n'ont jamais connu de problème dans leurs interactions avec l'Agence (41 %), ont reçu un bon service à la clientèle (8 %) et ont mentionné la convivialité des services en ligne (4 %).
- Les Canadiens qui ont attribué une cote neutre ont surtout mentionné qu'ils considéraient de façon générale que l'Agence pourrait toujours apporter des améliorations (6 %). Ceux qui ont attribué une cote neutre étaient les plus susceptibles de ne pas fournir de raison valable pour leur évaluation (28 %).
- En général, les répondants qui évaluent le rendement global comme étant médiocre ont éprouvé des difficultés à communiquer avec l'Agence (20 %), fait l'objet de politiques inéquitables (15 %), connu des problèmes généraux (13 %), composé avec un processus de service inefficace (12 %) ou reçu un service à la clientèle médiocre (12 %).

Confiance à l'égard de l'Agence

On a demandé aux Canadiens d'indiquer, en fonction de leurs perceptions de l'Agence, leur niveau d'accord avec une série d'énoncés axés sur la fiabilité. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ».

Trois Canadiens sur cinq (60 %) sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que les employés de l'Agence sont dignes de confiance, tandis que plus de la moitié conviennent que les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail (56 %), que l'Agence fait ce qui est juste (51 %) et qu'elle travaille pour le bien de tous les Canadiens (51 %).

En ce qui concerne les indicateurs de confiance, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour l'énoncé « J'estime que les gens de l'Agence sont dignes de confiance » (7,6), tandis que le niveau d'accord le plus faible est associé à l'énoncé « L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens » (6,9). Dans l'ensemble, la cote moyenne de chaque indicateur de confiance correspond à un niveau d'accord neutre (cotes de 4 à 7).

Tableau 3. Perceptions de la fiabilité

Base : (Population générale) Tous les répondants (n=2 408)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
J'estime que les gens de l'Agence sont dignes de confiance (B-3c.)	60 %	30 %	7 %	3 %	7,6
Les gens de l'Agence sont capables de bien faire leur travail (B-3d.)	56 %	32 %	7 %	5 %	7,4
Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste (B-3a.)	51 %	35 %	12 %	2 %	7,0
L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens (B-3b.)	51 %	34 %	13 %	2 %	6,9

Un calcul d'indice a été établi pour obtenir une cote globale permettant d'évaluer les perceptions de la confiance à l'égard de l'Agence à l'aide des indicateurs suivants :

Indice de confiance = SOMME (« Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste » + « L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens » + « J'estime que les gens de l'Agence sont dignes de confiance » + « Les gens de l'Agence sont capables de bien faire leur travail ») / 4

L'évaluation des cotes globales de l'indice de confiance permet de constater que près de la moitié des Canadiens (47 %) ont attribué une cote d'accord élevée (cotes de 8 à 10), tandis que plus de deux sur cinq (43 %) sont comptabilisés comme ayant attribué une cote neutre (cotes de 4 à 7). Environ 1 répondant sur 10 (10 %) a attribué une cote d'accord faible (cotes de 1 à 3). Le calcul de l'indice de confiance permet d'établir une cote d'accord moyenne de 7,2, soit une cote neutre, pour les Canadiens.

Tableau 4. Calculs de l'indice de confiance

Base : (Population générale) Tous les répondants (n=2 408)

Cote de l'indice de confiance	Total (n=2 408)	ATL (n=260)	QC (n=551)	ON/ NU (n=802)	MB/ SK (n=268)	AB/ NT (n=216)	BC/ YT (n=311)	18 – 24 (n=94)	25 – 34 (n=215)	35 – 49 (n=462)	50 – 64 (n=686)	65+ (n=938)
8 à 10	47 %	46 %	55 %	47 %	36 %	44 %	40 %	59 %	49 %	43 %	44 %	48 %
4 à < 8	43 %	46 %	39 %	42 %	50 %	41 %	49 %	33 %	44 %	46 %	44 %	42 %
1 à < 4	10 %	8 %	6 %	10 %	13 %	14 %	10 %	7 %	7 %	11 %	11 %	9 %
Je ne sais pas	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	< 1 %
Moyenne	7,2	7,1	7,7	7,3	6,8	6,9	7,0	7,7	7,4	7,1	7,1	7,3

En ce qui concerne les cotes d'accord globales de l'indice de confiance, les comparaisons dignes de mention entre les sous-groupes comprennent les suivantes :

- Les répondants vivant au Québec (7,7) ont attribué une cote moyenne plus élevée que ceux vivant dans les provinces atlantiques (7,1), en Ontario (7,3), au Manitoba ou en Saskatchewan (6,8), en Alberta (6,9) et en Colombie-Britannique (7,0).
- Les Canadiens plus jeunes, soit ceux âgés de 18 à 24 ans (7,7), ont attribué une cote plus élevée que les Canadiens de 35 à 49 ans (7,1) ou de 50 à 64 ans (7,1).
- En général, ceux qui produisent eux-mêmes leurs déclarations de revenus ont attribué une cote moyenne de l'indice de confiance plus élevée que ceux qui obtiennent de l'aide pour produire leurs déclarations de revenus (7,4 contre 7,1).
- En général, les répondants qui n'ont eu aucune communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois ont attribué une cote plus élevée que ceux qui ont eu une certaine forme de communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois (7,3 contre 7,0).
- En général, les Canadiens qui évaluent le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,6] ont attribué une cote plus élevée que ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [6,8] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [3,8].
- En général, ceux qui sont inscrits au service en ligne Mon dossier de l'Agence ont attribué une cote plus élevée que ceux qui ne le sont pas (7,4 contre 7,1).
- Les répondants ayant fait des études universitaires ont attribué une cote plus élevée que ceux qui détiennent un diplôme d'une école de métiers ou d'un collège (7,4 contre 7,0).
- En général, les Canadiens dont la source de revenus est leur employeur ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que ceux qui sont des propriétaires d'entreprise ou des associés (7,4 contre 6,6).
- Les répondants qui sont nés à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée que ceux qui sont nés au Canada (7,7 contre 7,1).
- En général, les Canadiens qui ne sont pas en situation de handicap ont attribué une cote plus élevée que ceux qui le sont (7,3 contre 6,9).

Serviabilité de l'Agence

En plus d'évaluer une série d'énoncés axés sur la confiance, le sondage visait à demander aux Canadiens d'indiquer leur niveau d'accord avec des énoncés axés sur la serviabilité. Pour ce faire, ils devaient utiliser la même échelle de 1 à 10, 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et 10, « tout à fait en accord ».

Plus de trois Canadiens sur cinq sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire qu'ils peuvent faire confiance à l'Agence pour traiter leurs renseignements personnels de manière appropriée (64 %) et que les informations qu'ils reçoivent de l'Agence sont cohérentes (62 %). Plus de la moitié conviennent que l'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus (51 %), tandis qu'un peu moins de la moitié sont fortement d'accord pour dire que l'Agence est serviable de manière générale (45 %).

En ce qui concerne les indicateurs de serviabilité, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour l'énoncé « J'ai confiance que l'Agence traitera mes renseignements personnels de manière appropriée » (7,7), suivi de près par l'énoncé « Les informations que je reçois de l'Agence sont cohérentes » (7,6). Lorsqu'on leur a demandé si l'Agence était serviable de manière générale, les Canadiens ont indiqué le niveau d'accord moyen le plus bas parmi les indicateurs de serviabilité (6,8).

Tableau 5. Perceptions de la serviabilité

Base : (Population générale) Tous les répondants (n=2 408)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
J'ai confiance que l'Agence traitera mes renseignements personnels de manière appropriée (B-3l)	64 %	26 %	9 %	1 %	7,7
Les informations que je reçois de l'Agence sont cohérentes (B-3i)	62 %	27 %	8 %	3 %	7,6
L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (B-3f)	51 %	33 %	12 %	4 %	7,1
L'Agence est serviable (B-3h)	45 %	39 %	11 %	4 %	6,8

En ce qui concerne les divers indicateurs de serviabilité, les autres comparaisons entre les sous-groupes comprennent les suivantes :

- En général, les Canadiens qui vivent au Québec ont attribué une cote plus élevée, pour chaque indicateur de serviabilité, que ceux qui vivent dans les provinces atlantiques, en Ontario, au Manitoba ou en Saskatchewan, ainsi qu'en Colombie-Britannique :
 - j'ai confiance que l'Agence traitera mes renseignements personnels de manière appropriée (8,0 contre 7,4, 7,7, 7,3 et 7,6);
 - les informations que je reçois de l'Agence sont cohérentes (8,0 contre 7,4, 7,7, 7,4 et 7,5);
 - l'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,5 contre 6,7, 7,0, 6,9 et 6,7);
 - l'Agence est serviable (7,3 contre 6,7, 6,8, 6,4 et 6,5).
- En général, les répondants qui n'ont eu aucune communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois ont attribué une cote plus élevée que ceux qui ont eu une certaine forme de communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois dans le cas des indicateurs suivants :
 - les informations que je reçois de l'Agence sont cohérentes (7,8 contre 7,3);
 - l'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,2 contre 6,7).

- En général, les répondants qui produisent eux-mêmes leurs déclarations de revenus ont attribué une cote moyenne plus élevée que ceux qui obtiennent de l'aide pour produire leurs déclarations de revenus :
 - j'ai confiance que l'Agence traitera mes renseignements personnels de manière appropriée (7,9 contre 7,5);
 - les informations que je reçois de l'Agence sont cohérentes (7,9 contre 7,6);
 - l'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,4 contre 6,9).

Petites et moyennes entreprises (PME)

Perceptions générales

On a demandé aux petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes d'évaluer le rendement global de l'Agence en utilisant une échelle de 1 à 10, où 1 signifiait « affreux » et 10, « excellent ». Environ deux répondants sur cinq (40 %) estiment que le rendement de l'Agence est bon (cotes de 8 à 10), tandis que plus de deux répondants sur cinq (44 %) ont attribué une cote neutre (cotes de 4 à 7). Plus de 1 répondant sur 10 (11 %) décrit le rendement global comme étant médiocre (cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 6,7, soit une cote neutre, pour les PME.

Tableau 6. Rendement global de l'Agence

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Évaluation globale	Total (n=745)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=375)	En activité depuis plus de 10 ans (n=357)	Entreprise individuelle (n=499)	Société de personnes (n=67)	Constituée en société (n=154)
8 à 10 (bon)	40 %	35 %	47 %	41 %	42 %	40 %
4 à 7 (neutre)	44 %	48 %	39 %	43 %	48 %	44 %
1 à 3 (médiocre)	11 %	12 %	9 %	10 %	7 %	13 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	5 %	5 %	4 %	6 %	3 %	3 %
Moyenne	6,7	6,4	6,9	6,7	6,8	6,5

BB-1. Sur une échelle de 1 à 10, quelle cote donnez-vous au rendement global de l'Agence du revenu du Canada?

À la suite d'une comparaison du rendement global de l'Agence dans les sous-groupes pertinents, les tendances suivantes sont ressorties des cotes de rendement moyennes :

- En général, les PME interrogées en activité depuis plus de 10 ans ont attribué une cote plus élevée que celles en activité depuis 10 ans ou moins (6,9 contre 6,4).
- Les répondants vivant au Manitoba ou en Saskatchewan (7,4) ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que ceux vivant dans les provinces atlantiques (6,6), en Alberta (5,8) ou en Colombie-Britannique (6,6).
- Les répondants âgés de 65 ans ou plus (7,1) ont attribué une cote plus élevée que ceux âgés de 25 à 34 ans (6,3) ou de 35 à 49 ans (6,4).
- En général, les PME canadiennes interrogées qui n’ont pas communiqué avec l’Agence au cours des 12 derniers mois ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles qui l’ont fait (6,8 contre 6,4).
- Parmi les répondants qui ont communiqué avec l’Agence au cours des 12 derniers mois, ceux qui ont communiqué en ligne ont attribué une cote plus élevée que ceux qui ont utilisé le téléphone (7,0 contre 6,3).

En fonction de leur évaluation du rendement global, les répondants ont ensuite été invités à expliquer leur raisonnement. Les cotes globales sont surtout attribuables aux interactions positives avec l’Agence (38 %), suivies de l’expérience de service à la clientèle (mauvais service à la clientèle – 38 %; bon service à la clientèle – 31 %) et de la qualité ou de la fonctionnalité du site Web de l’Agence (12 %).

Tableau 7. Raison de l’évaluation du rendement global

Base : (PME) Répondants qui ont fourni une évaluation valide (n=708)

Raison de l’évaluation	Total (n=708)	8 – 10 Bon (n=909)	4 – 7 Neutre (n=1 187)	1 – 3 Médiocre (n=218)
Mentions positives (« bon », « j’aime », « excellent », etc.)	38 %	61 %	13 %	-
Mauvais service ou service à la clientèle	38 %	27 %	66 %	83 %
Bon service ou service à la clientèle	31 %	48 %	8 %	-
Site Web médiocre	12 %	9 %	21 %	13 %
Rendement inefficace ou médiocre	9 %	6 %	14 %	8 %
Bon site Web ou portail en ligne	5 %	8 %	1 %	-
Facilité d’utilisation, simplicité ou traitement facile	5 %	7 %	2 %	-
Neutre	3 %	1 %	1 %	-
Elle perçoit trop d’argent ou veut augmenter ses recettes au détriment des entreprises	1 %	-	2 %	5 %
Je ne la connais pas bien ou mon expérience d’elle est limitée	1 %	1 %	-	-
Sécuritaire ou fiable	1 %	1 %	1 %	-
Mentions négatives (« je n’aime pas », « je la déteste », etc.)	1 %	1 %	-	-

Rien	10 %	11 %	4 %	3 %
Autre	4 %	3 %	7 %	5 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	< 1 %	1 %	-	-

B-2. Pourquoi évaluez-vous le rendement de l'Agence en donnant une cote de [RÉPONSE À BB-1] sur 10?

Lorsque l'on compare les raisons pour lesquelles les répondants jugent le rendement global comme étant bon (cotes de 8 à 10), neutre (cotes de 4 à 7) ou médiocre (cotes de 1 à 3), les tendances suivantes ressortent :

- Les PME interrogées qui ont attribué une bonne cote avaient tendance à faire mention d'interactions positives générales avec l'Agence (61 %), d'un bon service à la clientèle (48 %) et de la convivialité des services en ligne (8 %).
- Les PME qui ont attribué une cote neutre ont surtout mentionné des problèmes liés au rendement du site Web (21 %) et des problèmes généraux d'inefficacité (14 %).
- En général, les répondants qui évaluent le rendement global comme étant médiocre ont reçu un mauvais service à la clientèle lorsqu'ils ont communiqué avec l'Agence (83 %) ou connu des problèmes liés au rendement du site Web (13 %) ou des problèmes généraux d'inefficacité (8 %).

Confiance à l'égard de l'Agence

On a demandé aux PME canadiennes interrogées d'indiquer, en fonction de leurs perceptions de l'Agence, leur niveau d'accord avec une série d'énoncés axés sur la fiabilité. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ».

La moitié des PME canadiennes interrogées (50 %) sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que les employés de l'Agence sont dignes de confiance, tandis que près de la moitié (46 %) conviennent que les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail. Environ deux PME interrogées sur cinq sont d'accord pour dire que l'Agence fait ce qui est juste (39 %) et qu'elle travaille pour le bien de tous les Canadiens (39 %).

En ce qui concerne les indicateurs de confiance, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour l'énoncé « J'estime que les gens de l'Agence sont dignes de confiance » (7,1), tandis que le niveau d'accord le plus faible est associé à l'énoncé « L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens » (6,4). Dans l'ensemble, la cote moyenne de chaque indicateur de confiance correspond à un niveau d'accord neutre (cotes de 4 à 7).

Tableau 8. Perceptions de la fiabilité

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
----------------------	--------	-------	-------	-------	---------

J'estime que les gens de l'Agence sont dignes de confiance (B-3c.)	50 %	33 %	11 %	6 %	7,1
Les gens de l'Agence sont capables de bien faire leur travail (B-3d.)	46 %	36 %	10 %	7 %	7,0
Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste (B-3a.)	39 %	40 %	16 %	5 %	6,4
L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens (B-3b.)	39 %	37 %	18 %	6 %	6,4

Un calcul d'indice a été établi pour obtenir une cote globale permettant d'évaluer les perceptions de la confiance à l'égard de l'Agence à l'aide des indicateurs suivants :

Indice de confiance = SOMME (« Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste » + « L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens » + « J'estime que les gens de l'Agence sont dignes de confiance » + « Les gens de l'Agence sont capables de bien faire leur travail ») / 4

L'évaluation des cotes globales de l'indice de confiance permet de constater que moins de deux PME interrogées sur cinq (37 %) ont attribué une cote d'accord élevée (cotes de 8 à 10), tandis que près de la moitié (48 %) sont comptabilisées comme ayant attribué une cote neutre (cotes de 4 à 7). Plus de 1 répondant sur 10 (14 %) a attribué une cote d'accord faible (cotes de 1 à 3). Le calcul de l'indice de confiance permet d'établir une cote d'accord moyenne de 6,3, soit une cote neutre, pour les PME.

Tableau 9. Calculs de l'indice de confiance

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Cote de l'indice de confiance	Total (n=745)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=375)	En activité depuis plus de 10 ans (n=357)	Entreprise individuelle (n=499)	Société de personnes (n=67)	Constituée en société (n=154)
8 à 10	37 %	35 %	39 %	38 %	37 %	35 %
4 à < 8	48 %	49 %	47 %	47 %	54 %	48 %
1 à < 4	14 %	16 %	12 %	14 %	9 %	17 %
Je ne sais pas	< 1 %	< 1 %	1 %	1 %	-	-
Moyenne	6,3	6,2	6,5	6,3	6,5	6,1

En ce qui concerne les cotes d'accord globales de l'indice de confiance, les comparaisons dignes de mention entre les sous-groupes comprennent les suivantes :

- Les répondants vivant au Manitoba ou en Saskatchewan (6,9), dans les provinces atlantiques (6,5), en Ontario (6,5) ou au Québec (6,3) ont attribué une cote moyenne plus élevée que ceux vivant en Alberta (5,5).
- En général, les PME qui n'ont eu aucune communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois ont attribué une cote plus élevée que celles qui en ont eu (6,4 contre 6,1).
- En général, les PME dont le but de la plus récente communication avec l'Agence était d'obtenir des renseignements généraux ont attribué une cote plus élevée que celles qui tentaient de résoudre un différend (6,3 contre 5,2).
- Parmi celles qui ont communiqué avec l'Agence en ligne, par téléphone ou en personne, celles dont le but de la plus récente communication était d'effectuer un paiement ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles qui tentaient de résoudre un différend (7,2 contre 5,7).
- Les répondants qui estiment que l'Agence fait juste assez d'efforts pour réduire la fraude fiscale ont attribué une cote de confiance plus élevée, en moyenne, que ceux qui estiment qu'elle n'en fait pas assez (6,7 contre 6).
- En général, les PME canadiennes interrogées qui évaluent le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,0] ont attribué une cote plus élevée que celles qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [5,5] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [2,9].

Serviabilité de l'Agence

En plus d'évaluer une série d'énoncés axés sur la confiance, le sondage visait à demander aux PME canadiennes d'indiquer leur niveau d'accord avec des énoncés axés sur la serviabilité. Pour ce faire, elles devaient utiliser la même échelle de 1 à 10, 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et 10, « tout à fait en accord ».

Près de trois PME interrogées sur cinq sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que l'Agence traite leurs déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (59 %), tandis que plus de la moitié ont confiance que l'Agence traitera les renseignements de leur entreprise de manière appropriée (54 %) et conviennent que les renseignements pour leur entreprise arrivent à temps (53 %). Moins de deux PME interrogées sur cinq sont d'accord pour dire que l'Agence est serviable de manière générale (39 %) et qu'elle travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt (38 %).

En ce qui concerne les indicateurs de serviabilité, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour l'énoncé « L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun » (7,6), suivi de près par l'énoncé « Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps » (7,3). Lorsqu'on leur a demandé si l'Agence travaillait de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt, les PME questionnées ont indiqué le niveau d'accord moyen le plus bas parmi les indicateurs de serviabilité (6,4).

Tableau 10. Perceptions de la serviabilité

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (B-3g)	59 %	29 %	7 %	5 %	7,6
J'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mon entreprise de manière appropriée (B-3l)	54 %	32 %	12 %	1 %	7,1
Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps (B-3k)	53 %	33 %	10 %	4 %	7,3
Les informations que je reçois de l'Agence sont cohérentes (B-3i)	50 %	35 %	13 %	3 %	7,0
Les gens de l'Agence sont capables de bien faire leur travail (B-3d)	46 %	36 %	10 %	7 %	7,0
L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (B-3j)	46 %	39 %	11 %	4 %	6,9
L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus d'entreprise (B-3f)	41 %	38 %	15 %	6 %	6,6
L'Agence est serviable (B-3h)	39 %	41 %	16 %	4 %	6,5
L'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt et de prestations (B-3e)	38 %	40 %	15 %	7 %	6,4

B-3. J'aimerais maintenant que vous évaluiez l'Agence sur une série d'énoncés. Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 signifie que vous êtes tout à fait d'accord.

En ce qui concerne les divers indicateurs de serviabilité, les autres comparaisons entre les sous-groupes comprennent les suivantes :

- En général, les répondants qui vivent au Manitoba ou en Saskatchewan ont attribué une cote plus élevée, pour les indicateurs de serviabilité suivants, que ceux qui vivent au Québec, en Alberta ou en Colombie-Britannique :
 - l'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,5 contre 6,7, 6,4 et 6,5);
 - l'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus d'entreprise (7,5 contre 6,4, 5,9 et 6,2);

- l'Agence est serviable (7,3 contre 6,4, 5,7 et 6,2).
- En général, les PME interrogées en activité depuis plus de 10 ans ont attribué une cote plus élevée que celles en activité depuis 10 ans ou moins dans le cas des indicateurs suivants :
 - l'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (7,8 contre 7,4);
 - l'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,2 contre 6,6);
 - les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps (7,6 contre 7,0).
- Dans le cas des indicateurs suivants, les sociétés de personnes ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que les entreprises constituées en société :
 - l'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (8,1 contre 7,3);
 - les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps (7,9 contre 7,1).
- En général, les PME qui n'ont eu aucune communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois ont attribué une cote plus élevée que celles qui ont eu une certaine forme de communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois dans le cas des indicateurs suivants :
 - l'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (7,7 contre 7,3);
 - les informations que je reçois de l'Agence sont cohérentes (7,2 contre 6,6);
 - j'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mon entreprise de manière appropriée (7,3 contre 6,8).
- Dans le cas des indicateurs suivants, parmi les entreprises qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois, celles qui l'ont fait en ligne ont eu tendance à attribuer une cote plus élevée que celles qui ont utilisé le téléphone :
 - les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps (8,3 contre 6,6);
 - l'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (8,2 contre 6,9);
 - j'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mon entreprise de manière appropriée (7,6 contre 6,6);
 - les informations que je reçois de l'Agence sont cohérentes (7,6 contre 6,3);
 - l'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,5 contre 6,4);
 - l'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,3 contre 6,1);
 - l'Agence est serviable (6,9 contre 6,1).

- Dans le cas des indicateurs suivants, les PME interrogées qui sont inscrites au service en ligne Mon dossier d'entreprise de l'Agence ont eu tendance à attribuer une cote plus élevée que celles qui ne le sont pas :
 - l'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (7,9 contre 7,3);
 - les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps (7,5 contre 6,9);
 - les informations que je reçois de l'Agence sont cohérentes (7,4 contre 6,7);
 - l'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (6,9 contre 6,3);
 - l'Agence est serviable (6,7 contre 6,1).

Intermédiaires fiscaux

Perceptions générales

On a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens d'évaluer le rendement global de l'Agence en utilisant une échelle de 1 à 10, où 1 signifiait « affreux » et 10, « excellent ». Près de la moitié des répondants (49 %) estiment que le rendement de l'Agence est bon (cotes de 8 à 10), tandis que plus de deux sur cinq (41 %) ont attribué une cote neutre (cotes de 4 à 7). Moins de 1 répondant sur 10 (7 %) décrit le rendement global comme étant médiocre (cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 7,1, soit une cote neutre, pour les intermédiaires fiscaux.

Tableau 11. Rendement global de l'Agence

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n=812)

Évaluation globale	Total (n=812)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=464)	En activité depuis plus de 10 ans (n=319)	Communication au cours des 12 derniers mois (n=344)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n=429)
8 à 10 (bon)	49 %	50 %	48 %	53 %	47 %
4 à 7 (neutre)	41 %	41 %	42 %	39 %	%
1 à 3 (médiocre)	7 %	6 %	8 %	7 %	7 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	3 %	3 %	2 %	1 %	5 %
Moyenne	7,1	7,1	7,1	7,1	7,2

BB-1. Sur une échelle de 1 à 10, quelle cote donnez-vous au rendement global de l'Agence du revenu du Canada?

À la suite d'une comparaison du rendement global de l'Agence dans les sous-groupes pertinents, les tendances suivantes sont ressorties des cotes de rendement moyennes :

- Les répondants vivant au Québec (7,3) ou en Ontario (7,2) ont attribué des cotes moyennes plus élevées, en moyenne, que ceux vivant en Alberta (6,6).
- Les intermédiaires fiscaux qui ont communiqué avec l'Agence en ligne ont attribué une cote plus élevée que ceux qui ont utilisé le téléphone (7,7 contre 6,9).

En fonction de leur évaluation du rendement global, les répondants ont ensuite été invités à expliquer leur raisonnement. Les cotes globales sont surtout attribuables à l'expérience de service à la clientèle (bon service à la clientèle – 31 %; mauvais service à la clientèle – 38 %), à l'inefficacité générale (9 %) et à la qualité ou à la fonctionnalité du site Web de l'Agence (9 %).

Tableau 12. Raison de l'évaluation du rendement global

Base : (Intermédiaires fiscaux) Répondants qui ont fourni une évaluation valide (n=785)

Raison de l'évaluation	Total (n=785)	8 – 10 Bon (n=395)	4 – 7 Neutre (n=332)	1 – 3 Médiocre (n=58)
Bon service ou service à la clientèle	39 %	64 %	17 %	5 %
Mauvais service ou service à la clientèle	32 %	15 %	46 %	59 %
Rendement inefficace ou médiocre	9 %	6 %	14 %	5 %
Site Web médiocre	9 %	2 %	15 %	19 %
Facilité d'utilisation, simplicité ou traitement facile	5 %	8 %	2 %	-
Sécuritaire ou fiable	4 %	7 %	2 %	-
Bon site Web ou portail en ligne	4 %	7 %	2 %	-
Neutre	3 %	3 %	4 %	-
Mentions positives (« bon », « j'aime », « excellent », etc.)	3 %	5 %	2 %	-
Elle perçoit trop d'argent ou veut augmenter ses recettes au détriment des entreprises	2 %	1 %	2 %	5 %
Je ne la connais pas bien ou mon expérience d'elle est limitée	1 %	1 %	1 %	2 %
Mentions négatives (« je n'aime pas », « je la déteste », etc.)	1 %	-	1 %	-
Mauvaise réputation	< 1 %	-	-	2 %
Rien	3 %	1 %	5 %	3 %
Autre	6 %	4 %	7 %	12 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	1 %	1 %	1 %	-

B-2. Pourquoi évaluez-vous le rendement de l'Agence en donnant une cote de [RÉPONSE À BB-1] sur 10?

Lorsque l'on compare les raisons pour lesquelles les répondants jugent le rendement global comme étant bon (cotes de 8 à 10), neutre (cotes de 4 à 7) ou médiocre (cotes de 1 à 3), les tendances suivantes ressortent :

- Les intermédiaires fiscaux qui ont attribué une bonne cote ont eu tendance à faire mention d'un bon service à la clientèle (64 %), de la facilité des interactions (8 %), de la fiabilité de l'Agence (7 %) et de la fonctionnalité des services en ligne (7 %).
- Les répondants qui ont attribué une cote neutre ont surtout mentionné des problèmes généraux d'inefficacité (14 %) ou n'ont fourni aucune justification pour leur évaluation (5 %).
- En général, les répondants qui évaluent le rendement global comme étant médiocre ont reçu un mauvais service à la clientèle lorsqu'ils ont communiqué avec l'Agence (59 %), ont éprouvé des problèmes liés au rendement du site Web (19 %) ou sont d'avis que l'Agence perçoit trop d'argent au détriment des entreprises (5 %).

Confiance à l'égard de l'Agence

On a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens interrogés d'indiquer, en fonction de leurs perceptions de l'Agence, leur niveau d'accord avec une série d'énoncés axés sur la fiabilité. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ».

Près de trois intermédiaires fiscaux sur cinq sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que les employés de l'Agence sont dignes de confiance (58 %) et conviennent que les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail (55 %). Plus de la moitié des intermédiaires fiscaux sont d'accord pour dire que l'Agence fait ce qui est juste (53 %) et qu'elle travaille pour le bien de tous les Canadiens (52 %).

En ce qui concerne les indicateurs de confiance, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour l'énoncé « J'estime que les gens de l'Agence sont dignes de confiance » (7,5), tandis que le niveau d'accord le plus faible est associé à l'énoncé « L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens » (7,1). Dans l'ensemble, la cote moyenne de chaque indicateur de confiance correspond à un niveau d'accord neutre (cotes de 4 à 7).

Tableau 13. Perceptions de la fiabilité

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n=812)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
J'estime que les gens de l'Agence sont dignes de confiance (B-3c.)	58 %	33 %	8 %	2 %	7,5
Les gens de l'Agence sont capables de bien faire leur travail (B-3d.)	55 %	34 %	8 %	2 %	7,4
Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste (B-3a.)	53 %	34 %	11 %	2 %	7,2

L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens (B-3b.)	52 %	34 %	11 %	2 %	7,1
---	------	------	------	-----	-----

Un calcul d'indice a été établi pour obtenir une cote globale permettant d'évaluer les perceptions de la confiance à l'égard de l'Agence à l'aide des indicateurs suivants :

Indice de confiance = SOMME (« Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste » + « L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens » + « J'estime que les gens de l'Agence sont dignes de confiance » + « Les gens de l'Agence sont capables de bien faire leur travail ») / 4

L'évaluation des cotes globales de l'indice de confiance permet de constater que près de la moitié des intermédiaires fiscaux canadiens (48 %) ont attribué une cote d'accord élevée (cotes de 8 à 10), tandis que plus de 2 sur 5 (41 %) sont comptabilisés comme ayant attribué une cote neutre (cotes de 4 à 7). Moins de 1 répondant sur 10 (9 %) a attribué une cote d'accord faible (cotes de 1 à 3). Le calcul de l'indice de confiance permet d'établir une cote d'accord moyenne de 6,9, soit une cote neutre, pour les intermédiaires fiscaux.

Tableau 14. Calculs de l'indice de confiance

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n=812)

Cote de l'indice de confiance	Total (n=812)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=464)	En activité depuis plus de 10 ans (n=319)	Communication au cours des 12 derniers mois (n=344)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n=429)
8 à 10	48 %	48 %	50 %	51 %	48 %
4 à < 8	41 %	42 %	39 %	40 %	42 %
1 à < 4	9 %	8 %	11 %	10 %	9 %
Je ne sais pas	1 %	1 %	< 1 %	-	1 %
Moyenne	6,9	6,9	6,9	6,9	6,9

En ce qui concerne les cotes d'accord globales de l'indice de confiance, les comparaisons dignes de mention entre les sous-groupes comprennent les suivantes :

- Les répondants vivant au Québec ont attribué une cote moyenne plus élevée que ceux vivant en Alberta (7,1 contre 6,4).
- Parmi les intermédiaires fiscaux qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois, ceux qui ont communiqué en ligne ont attribué une cote plus élevée que ceux qui ont utilisé le téléphone (7,6 contre 6,8).

- En général, les intermédiaires fiscaux dont le but de la plus récente communication avec l'Agence était d'effectuer un paiement (7,4), de demander des renseignements généraux (7,3) ou d'obtenir des précisions (7,1) ont attribué des cotes plus élevées que ceux qui tentaient de résoudre un différend (6,2).
- On observe la même tendance chez les répondants qui ont communiqué avec l'Agence en ligne, par téléphone ou en personne : en général, ceux dont le but de la plus récente communication avec l'Agence était d'effectuer un paiement (7,5), de demander des renseignements après la production de déclarations de revenus d'entreprise (7,5), de demander des renseignements généraux (7,4) ou d'obtenir des précisions (7,1) ont attribué des cotes plus élevées que ceux qui tentaient de résoudre un différend (6,4).
- En général, les intermédiaires fiscaux canadiens qui évaluent le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,2] ont attribué une cote plus élevée que ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [5,9] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [3,0].

Serviabilité de l'Agence

En plus d'évaluer une série d'énoncés axés sur la confiance, le sondage visait à demander aux intermédiaires fiscaux canadiens d'indiquer leur niveau d'accord avec des énoncés axés sur la serviabilité. Pour ce faire, ils devaient utiliser la même échelle de 1 à 10, 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et 10, « tout à fait en accord ».

Près de trois intermédiaires fiscaux sur cinq sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que l'Agence traite les renseignements de leurs clients d'entreprise de manière appropriée (58 %) et traite les déclarations des entreprises en temps opportun (56 %), et que les informations reçues sont cohérentes (56 %). Plus de la moitié sont d'avis que l'Agence est serviable (54 %), qu'elle fournit suffisamment de renseignements afin que les clients puissent respecter leurs obligations fiscales (53 %), que les renseignements pour les clients arrivent à temps (51 %), que le processus de production est facile (51 %) et que l'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens (50 %).

En ce qui concerne les indicateurs de serviabilité, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour les énoncés « J'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mes clients d'entreprise de manière appropriée » (7,5) et « L'Agence traite les déclarations des entreprises en temps opportun » (7,5). Lorsqu'on leur a demandé si l'Agence travaillait de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt, les intermédiaires fiscaux ont indiqué le niveau d'accord moyen le plus bas parmi les indicateurs de serviabilité (7,1).

Tableau 15. Perceptions de la serviabilité

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n=812)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
J'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mes clients d'entreprise de manière appropriée (B-3l)	58 %	31 %	7 %	3 %	7,5
L'Agence traite les déclarations des entreprises en temps opportun (B-3-g)	56 %	35 %	6 %	4 %	7,5
Les informations que je reçois de l'Agence sont cohérentes (B-3i)	56 %	35 %	8 %	2 %	7,4
L'Agence est serviable (B-3h)	54 %	36 %	9 %	1 %	7,3
L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que vos clients d'entreprises puissent respecter leurs obligations fiscales (B-3j)	53 %	36 %	7 %	4 %	7,4
Les renseignements fournis par l'Agence pour mes clients d'entreprise arrivent à temps (B-3k)	51 %	36 %	7 %	6 %	7,2
L'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises (B-3f)	51 %	37 %	9 %	3 %	7,2
L'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt et de prestations (B-3e)	50 %	38 %	10 %	2 %	7,1

En ce qui concerne les divers indicateurs de serviabilité, les autres comparaisons entre les sous-groupes comprennent les suivantes :

- En général, les répondants qui vivent au Québec ont attribué une cote plus élevée, pour les indicateurs de serviabilité suivants, que ceux qui vivent en Alberta :
 - l'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt et de prestations (7,5 contre 6,5);
 - l'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises (7,4 contre 6,7);
 - l'Agence est serviable (7,6 contre 6,6);
 - les informations que je reçois de l'Agence sont cohérentes (7,6 contre 6,8);
 - les renseignements fournis par l'Agence pour mes clients d'entreprise arrivent à temps (7,4 contre 6,8).

- En général, dans le cas des indicateurs suivants, les intermédiaires fiscaux qui ont communiqué avec l'Agence en ligne ont attribué une cote plus élevée que ceux qui ont utilisé le téléphone :
 - l'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que vos clients d'entreprises puissent respecter leurs obligations fiscales (8,0 contre 7,1);
 - l'Agence est serviable (7,9 contre 7,1);
 - l'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt et de prestations (7,8 contre 6,9);
 - les informations que je reçois de l'Agence sont cohérentes (7,8 contre 7,1);
 - les renseignements fournis par l'Agence pour mes clients d'entreprise arrivent à temps (7,8 contre 7,0).

Production de déclarations de revenus

Population générale

Pour évaluer le processus par lequel les Canadiens abordent leurs déclarations de revenus des particuliers, on a demandé aux répondants de préciser s'ils avaient participé à ce processus au cours de la dernière année. Plus de 9 Canadiens sur 10 (91 %) précisent avoir envoyé une déclaration de revenus des particuliers au cours de la dernière année, tandis que moins de 1 sur 10 (8 %) ne l'ont pas fait.

Tableau 16. Déclaration de revenus des particuliers produite au cours de la dernière année

Base : (Population générale) Tous les répondants (n=2 408)

Production d'une déclaration de revenus des particuliers	Total (n=2 408)	ATL (n=260)	QC (n=551)	ON/ NU (n=802)	MB/ SK (n=268)	AB/ NT (n=216)	BC/ YT (n=311)	18 –	25 –	35 –	50 –	65+
								24 (n=94)	34 (n=215)	49 (n=462)	64 (n=686)	
Oui	91 %	93 %	92 %	92 %	93 %	92 %	89 %	78 %	92 %	92 %	94 %	95 %
Non	8 %	7 %	8 %	8 %	7 %	8 %	11 %	22 %	8 %	8 %	6 %	5 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	< 1 %	-	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	-	-	-	< 1 %	< 1 %	< 1 %

CG-1. Avez-vous envoyé une déclaration de revenus [QUÉBEC SEULEMENT : fédérale] au cours de la dernière année?

Les comparaisons entre les sous-groupes pertinents révèlent les tendances suivantes chez les Canadiens qui produisent des déclarations de revenus des particuliers :

- Les répondants âgés de 25 à 34 ans (92 %), de 35 à 49 ans (92 %), de 50 à 64 ans (94 %) ou de 65 ans ou plus (95 %) sont plus susceptibles d’avoir produit une déclaration de revenus des particuliers au cours de la dernière année que ceux âgés de 18 à 24 ans (78 %).
- Les femmes ont eu tendance à indiquer avoir produit une déclaration de revenus des particuliers dans une plus large mesure que les hommes (93 % contre 90 %).
- Les Canadiens ayant un diplôme universitaire (94 %) ou un diplôme d’une école de métiers ou d’un collège (91 %) ont indiqué avoir produit une déclaration de revenus des particuliers dans de plus fortes proportions que ceux ayant un diplôme d’études secondaires (87 %).
- En général, les répondants nés au Canada ont produit une déclaration de revenus des particuliers dans une plus large mesure que ceux nés à l’extérieur du Canada (92 % contre 88 %).
- Parmi ceux qui ont communiqué avec l’Agence au cours de la dernière année, les Canadiens qui l’ont fait en ligne ont indiqué avoir produit une déclaration de revenus des particuliers dans une plus forte proportion que ceux qui ont communiqué avec l’Agence par téléphone ou par courrier (98 % contre 92 %).
- En général, les répondants qui sont inscrits au service Mon dossier ont produit une déclaration de revenus des particuliers dans une plus large mesure que ceux qui ne le sont pas (95 % contre 83 %).

On a demandé aux Canadiens qui avaient produit une déclaration de revenus des particuliers au cours de la dernière année de préciser s’ils avaient reçu de l’aide en ce qui concerne le processus de production. Environ les deux tiers des répondants (66 %) ont reçu de l’aide pour préparer leur déclaration de revenus, tandis que le tiers ont préparé eux-mêmes leur déclaration (34 %).

Tableau 17. Aide pour produire une déclaration de revenus au cours de la dernière année

Base : (Population générale) Répondants qui ont produit une déclaration de revenus au cours de la dernière année (n=2 243)

Préparation d’une déclaration de revenus des particuliers	Total (n=2 243)	ATL (n=245)	QC (n=515)	ON/ NU (n=747)	MB/ SK (n=252)	AB/ NT (n=201)	BC/ YT (n=283)	18 –	25 –	35 –	50 –	65+ (n=893)
								24 (n=73)	34 (n=198)	49 (n=426)	64 (n=643)	
Je l’ai préparée moi-même	34 %	39 %	26 %	32 %	31 %	45 %	41 %	29 %	41 %	35 %	35 %	27 %
J’ai reçu de l’aide	66 %	61 %	74 %	68 %	69 %	55 %	59 %	71 %	59 %	65 %	65 %	73 %

Je ne sais pas/je refuse de répondre	< 1 %	-	< 1 %	< 1 %	-	-	-	-	-	< 1 %	< 1 %	< 1 %
--------------------------------------	-------	---	-------	-------	---	---	---	---	---	-------	-------	-------

CG-2. Avez-vous rempli votre déclaration de revenus la plus récente vous-même, ou avez-vous reçu de l'aide? Si vous avez utilisé un logiciel d'impôt, cela est considéré comme remplir par vous-même.

Voici les tendances observées chez les Canadiens qui ont reçu de l'aide pour préparer leur déclaration de revenus des particuliers :

- En général, les Canadiens vivant au Québec (74 %), au Manitoba ou en Saskatchewan (69 %) ou en Ontario (68 %) ont reçu de l'aide dans une plus large mesure que ceux vivant en Alberta (55 %) ou en Colombie-Britannique (59 %).
- Les Canadiens âgés de 65 ans ou plus (73 %) ont reçu de l'aide dans une plus forte proportion que ceux âgés de 25 à 34 ans (59 %), de 35 à 49 ans (65 %) ou de 50 à 64 ans (65 %).
- Les répondants qui ont un diplôme d'études secondaires (77 %) ont eu plus tendance à indiquer avoir reçu de l'aide que ceux qui ont un diplôme d'une école de métiers ou d'un collège (68 %) ou qui ont fait des études universitaires (60 %).
- Les Canadiens dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ (72 %) ont eu plus tendance à avoir reçu de l'aide que ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (62 %) ou celle de 150 000 \$ et plus (60 %).
- Les répondants dont les revenus proviennent de leur statut de propriétaire d'entreprise ou d'associé ont reçu de l'aide dans une plus forte proportion que ceux qui touchent un salaire payé par un employeur (78 % contre 60 %).
- Les Canadiens qui ont produit leur déclaration de revenus par la poste ont eu plus tendance à avoir reçu de l'aide que ceux qui l'ont fait en ligne (72 % contre 64 %).
- Ceux qui ne sont pas inscrits au service Mon dossier ont reçu de l'aide dans une plus forte proportion que ceux qui le sont (84 % contre 58 %).
- Parmi les répondants qui ont communiqué avec l'Agence au cours de la dernière année, ceux qui l'ont fait par courrier ont eu plus tendance à indiquer avoir reçu de l'aide que ceux qui l'ont fait en ligne (71 % contre 56 %).

On a demandé aux Canadiens qui avaient reçu de l'aide en ce qui concerne le processus de préparation de leur déclaration de revenus des particuliers de préciser la source de cette aide. Près de quatre répondants sur cinq (79 %) ont sollicité l'aide d'un préparateur de déclarations de revenus professionnel ou d'un comptable, tandis que plus de un sur cinq (21 %) s'est tourné vers des amis ou des membres de la famille pour obtenir de l'aide. Une petite minorité de répondants (1 %) ont reçu de l'aide dans le cadre d'un programme de bénévoles.

Tableau 18. Source de l'aide pour produire une déclaration de revenus au cours de la dernière année

Base : (Population générale) Répondants qui ont reçu de l'aide pour produire leur déclaration de revenus au cours de la dernière année (n=1 530)

Source de l'aide pour produire une déclaration de revenus des particuliers	Total (n=1 530)	ATL (n=160)	QC (n=390)	ON/ NU (n=504)	MB/ SK (n=177)	AB/ NT (n=124)	BC/ YT (n=175)	18 – 24 (n=51)	25 – 34 (n=121)	35 – 49 (n=279)	50 – 64 (n=424)	65+ (n=647)
Préparateur de déclarations de revenus ou comptable	79 %	68 %	81 %	78 %	77 %	83 %	80 %	49 %	72 %	86 %	86 %	82 %
Membre de la famille ou ami	21 %	29 %	20 %	22 %	19 %	17 %	18 %	52 %	27 %	15 %	15 %	17 %
Programme des bénévoles pour aider les gens à remplir leurs déclarations de revenus	1 %	3 %	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	-	2 %	1 %	2 %	2 %
Autre	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	2 %	-	1 %	2 %	-	< 1 %	< 1 %	< 1 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	< 1 %	< 1 %	-	< 1 %	< 1 %	-	1 %	-	-	-	< 1 %	< 1 %

CG-3. De qui avez-vous reçu de l'aide?

En ce qui concerne les répondants qui ont demandé de l'aide pour produire leur déclaration de revenus des particuliers, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- Les répondants vivant en Alberta (83 %), au Québec (81 %), en Colombie-Britannique (80 %) ou en Ontario (78 %) ont eu plus tendance à avoir reçu l'aide d'un professionnel que ceux vivant dans les provinces atlantiques (68 %).
- Les répondants vivant dans les provinces atlantiques (29 %) se sont tournés vers des membres de la famille ou des amis pour obtenir de l'aide dans une plus forte proportion que ceux vivant en Alberta (17 %) ou en Colombie-Britannique (18 %).
- Les Canadiens âgés de 18 à 24 ans (52 %) ont eu plus tendance à demander de l'aide à des membres de la famille ou à des amis que ceux âgés de 25 à 34 ans (27 %), de 35 à 54 ans (15 %), de 55 à 64 ans (15 %) ou de 65 ans et plus (17 %).
- À l'inverse, les Canadiens âgés de 25 à 34 ans (72 %), de 35 à 54 ans (86 %), de 55 à 64 ans (86 %) ou de 65 ans et plus (82 %) ont sollicité l'aide de professionnels dans de plus fortes proportions que ceux âgés de 18 à 24 ans (49 %).
- Les Canadiens qui ont fait des études universitaires (85 %) ou qui ont un diplôme d'une école de métiers ou d'un collège (82 %) ont eu plus tendance à obtenir l'aide de professionnels que ceux qui ont un diplôme d'études secondaires (69 %).

- Les Canadiens qui ont un diplôme d'études secondaires (28 %) ont demandé de l'aide à des membres de la famille ou à des amis dans une plus forte proportion que ceux qui ont fait des études universitaires (17 %) ou qui ont un diplôme d'une école de métiers ou d'un collège (18 %).
- Les hommes ont plus tendance que les femmes à recevoir l'aide d'un professionnel (82 % contre 77 %).
- Les Canadiens qui ont indiqué être travailleurs indépendants (93 %) ont eu plus tendance à solliciter l'aide de professionnels que ceux qui sont à la retraite (82 %), qui travaillent à temps plein (82 %), qui travaillent à temps partiel (75 %) ou qui sont étudiants (52 %).
- À l'inverse, les étudiants (49 %) ont reçu de l'aide de la part de membres de la famille ou d'amis dans une plus forte proportion que les personnes qui travaillent à temps partiel (25 %), qui travaillent à temps plein (18 %), qui sont à la retraite (17 %) ou qui sont travailleurs indépendants (9 %).
- Les Canadiens qui sont en situation de handicap ont plus tendance que ceux qui ne le sont pas à recevoir de l'aide de la part de membres de la famille ou d'amis (30 % contre 20 %).
- Les Canadiens qui ne sont pas en situation de handicap sont plus susceptibles que ceux qui le sont de solliciter l'aide d'un professionnel (81 % contre 68 %).
- Les répondants dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ (25 %) ont eu plus tendance à recevoir de l'aide de la part de membres de la famille ou d'amis que ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (19 %), de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (15 %) ou de 150 000 \$ et plus (17 %).
- Les Canadiens dont les revenus proviennent de leur statut de propriétaire d'entreprise ou d'associé ont eu plus tendance à solliciter l'aide d'un professionnel que ceux qui ont un employeur (95 % contre 80 %).
- Ceux qui produisent leurs déclarations de revenus en ligne ont eu plus tendance à solliciter l'aide d'un professionnel que ceux qui le font par la poste (83 % contre 59 %).
- À l'inverse, les Canadiens qui produisent leurs déclarations par la poste ont reçu de l'aide de la part de membres de la famille ou d'amis dans une plus forte proportion que ceux qui le font en ligne (41 % contre 17 %).

En plus de chercher à comprendre la façon dont les Canadiens préparent leurs déclarations de revenus, on a demandé à ceux-ci de décrire la méthode qu'ils utilisaient pour produire leurs déclarations de revenus des particuliers. Plus de 4 répondants sur 5 (82 %) produisent leurs déclarations de revenus en ligne, tandis que plus de 1 sur 10 (12 %) le fait par la poste.

Tableau 19. Méthode utilisée pour produire une déclaration de revenus au cours de la dernière année

Base : (Population générale) Répondants qui ont produit une déclaration de revenus au cours de la dernière année (n=2 243)

Méthode utilisée pour	Total (n=2 243)	ATL (n=245)	QC (n=515)	ON/ NU	MB/ SK	AB/ NT	BC/ YT	18 – 24	25 – 34	35 – 49	50 – 64	65+ (n=893)

produire une déclaration de revenus				(n=747)	(n=252)	(n=201)	(n=283)	(n=73)	(n=198)	(n=426)	(n=643)	
En ligne	82 %	84 %	77 %	82 %	82 %	86 %	86 %	63 %	83 %	86 %	86 %	79 %
Par courrier	12 %	11 %	14 %	12 %	11 %	10 %	11 %	26 %	9 %	8 %	11 %	14 %
Autre façon	1 %	1 %	3 %	1 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	2 %	2 %	1 %	2 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	5 %	4 %	5 %	5 %	6 %	2 %	2 %	10 %	5 %	4 %	2 %	5 %

CG-4. De quelle façon avez-vous soumis votre déclaration de revenus la plus récente?

Voici d'autres résultats établis lors de la comparaison des constatations découlant des sous-groupes pertinents :

- Les Canadiens qui sont inscrits au service Mon dossier ont eu plus tendance que ceux qui ne le sont pas à avoir produit leur déclaration en ligne (85 % contre 67 %).
- Ceux qui ne sont pas en situation de handicap ont produit leur déclaration en ligne dans une plus forte proportion que ceux qui le sont (83 % contre 76 %).
- Les Canadiens dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ (19 %) ont eu plus tendance à produire leurs déclarations par la poste que ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (11 %), de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (9 %) ou de 150 000 \$ et plus (6 %).
- Les répondants qui ont rempli eux-mêmes leur déclaration de revenus l'ont fait en ligne dans une plus forte proportion que ceux qui ont reçu de l'aide (88 % contre 79 %).
- Les Canadiens âgés de 25 à 34 ans (83 %), de 35 à 54 ans (86 %), de 55 à 64 ans (86 %) ou de 65 ans ou plus (79 %) ont eu plus tendance que ceux âgés de 18 à 24 ans à produire leurs déclarations en ligne (63 %).
- Ceux qui ont fait des études universitaires (87 %) ou qui ont un diplôme d'une école de métiers ou d'un collège (82 %) produisent leurs déclarations en ligne dans une plus large mesure que ceux qui ont un diplôme d'études secondaires (74 %).
- Les répondants qui travaillent à temps plein (88 %) ont plus tendance à produire leurs déclarations en ligne que ceux qui sont à la retraite (80 %), qui travaillent à temps partiel (78 %) ou qui sont étudiants (69 %).

Petites et moyennes entreprises (PME)

On a demandé aux PME canadiennes de décrire leur approche à l'égard de la production de leurs déclarations de revenus d'entreprise. Plus précisément, on leur a demandé d'indiquer si elles recouraient à des services internes ou externes tout au long du processus de production. Plus de deux PME sur cinq (43 %) ont choisi de toujours faire préparer leurs déclarations de revenus en dehors de l'entreprise; elles recourent à un service externe de préparation de déclarations de revenus tout au long du processus. Près du tiers des entreprises (30 %) ont décrit une approche combinée, consistant à utiliser à la fois des ressources internes et des services externes. Une approche exclusivement interne est légèrement moins courante; le quart des PME canadiennes (25 %) utilisent une telle approche.

Tableau 20. Approche à l'égard de la production des déclarations de revenus d'entreprise

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Production des déclarations de revenus d'entreprise	Total (n=745)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=375)	En activité depuis plus de 10 ans (n=357)	Entreprise individuelle (n=499)	Société de personnes (n=67)	Constituée en société (n=154)
J'utilise un service externe de préparation de déclarations de revenus	43 %	41 %	46 %	42 %	31 %	52 %
J'utilise une combinaison de services internes et externes	30 %	31 %	30 %	26 %	43 %	36 %
J'utilise des ressources internes pour préparer les documents d'impôt	25 %	27 %	23 %	29 %	25 %	12 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	2 %	2 %	1 %	3 %	-	-

CB-2. Lorsque vous produisez des déclarations de revenus des sociétés, votre entreprise :

Les tendances dignes de mention observées chez les PME canadiennes interrogées comprennent les suivantes :

- Les entreprises exploitées au Québec (59 %) ont plus tendance à recourir à des services externes de préparation de déclarations de revenus que celles exploitées dans les provinces atlantiques (35 %), au Manitoba ou en Saskatchewan (38 %), en Alberta (38 %), en Ontario (40 %) ou en Colombie-Britannique (42 %).
- Les hommes sont plus susceptibles que les femmes de recourir à des services externes de préparation de déclarations de revenus (47 % contre 40 %).

- Les entreprises constituées en société (52 %) ont plus tendance à recourir à un service externe de préparation de déclarations de revenus que les entreprises individuelles (42 %) ou les sociétés de personnes (31 %).
- Les entreprises individuelles (29 %) ou les sociétés de personnes (25 %) recourent à des ressources internes pour préparer les documents d'impôt dans de plus fortes proportions que les entreprises constituées en société (12 %).
- Les entreprises qui n'ont pas communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois ont plus tendance à recourir à un service externe de préparation de déclarations de revenus que celles qui l'ont fait (47 % contre 38 %).

En plus d'inviter les PME canadiennes interrogées à décrire leur approche à l'égard de la production de déclarations de revenus d'entreprise, on leur a demandé de préciser leur approche à l'égard de la planification fiscale, qu'il s'agisse d'une approche interne, d'une approche externe ou d'une combinaison des deux. Plus du tiers des PME (36 %) ont choisi de toujours préparer leurs déclarations de revenus en interne, tandis que près du tiers (31 %) ont décrit une approche axée sur un service externe. Plus du quart (27 %) ont déclaré utiliser une approche combinée à l'égard de la planification fiscale.

Tableau 21. Approche à l'égard de la planification fiscale

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Approche à l'égard de la planification fiscale	Total (n=745)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=375)	En activité depuis plus de 10 ans (n=357)	Entreprise individuelle (n=499)	Société de personnes (n=67)	Constituée en société (n=154)
J'utilise des ressources internes pour la planification fiscale	36 %	37 %	35 %	42 %	36 %	21 %
J'utilise un service externe pour la planification fiscale	31 %	30 %	33 %	29 %	22 %	40 %
J'utilise une combinaison de services internes et externes	27 %	26 %	27 %	22 %	37 %	37 %

Je ne sais pas/je refuse de répondre	6 %	7 %	4 %	8 %	4 %	1 %
--------------------------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

CB-4. Qu'en est-il de la planification fiscale? Votre entreprise...

Voici d'autres comparaisons entre les sous-groupes en ce qui concerne la planification fiscale des entreprises :

- Les entreprises exploitées dans les provinces atlantiques (38 %) ont plus tendance à utiliser une approche combinée que celles exploitées au Québec (23 %) ou en Alberta (23 %).
- Les répondants âgés de 65 ans ou plus (47 %) utilisent des ressources internes pour la planification fiscale dans une plus forte proportion que ceux âgés de 25 à 34 ans (31 %), de 35 à 49 ans (38 %) ou de 50 à 64 ans (31 %).
- Les hommes ont plus tendance que les femmes à utiliser un service externe pour la planification fiscale (35 % contre 28 %).
- Les entreprises constituées en société (40 %) ont plus tendance à utiliser un service externe pour la planification fiscale que les entreprises individuelles (29 %) ou les sociétés de personnes (22 %).
- Les entreprises individuelles (42 %) ou les sociétés de personnes (36 %) recourent à des ressources internes pour préparer les documents d'impôt dans de plus fortes proportions que les entreprises constituées en société (21 %).

Après avoir invité les PME canadiennes à décrire leur approche à l'égard de la production des déclarations de revenus et leur processus de préparation des déclarations de revenus, on leur a demandé de donner une cote de satisfaction globale en fonction de leur dernière expérience de production des déclarations de revenus. La satisfaction a été évaluée sur une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « complètement insatisfait » et 10, « complètement satisfait ». Environ trois PME sur cinq (60 %) ont indiqué un niveau élevé de satisfaction (cotes de 8 à 10), tandis que près du tiers (31 %) ont attribué une cote modérée (cotes de 4 à 7). Moins de 1 entreprise sur 10 (7 %) a indiqué un niveau de satisfaction globale faible (cotes de 1 à 3). Les PME canadiennes ont indiqué, en moyenne, un niveau de satisfaction globale modéré (7,6).

Tableau 22. Satisfaction globale à l'égard de la dernière expérience de production de déclarations de revenus

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Cote de satisfaction globale	Total (n=745)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=375)	En activité depuis plus de 10 ans (n=357)	Entreprise individuelle (n=499)	Société de personnes (n=67)	Constituée en société (n=154)
8 à 10	60 %	53 %	67 %	61 %	64 %	55 %
4 à 7	31 %	35 %	27 %	30 %	25 %	32 %

1 à 3	7 %	8 %	5 %	6 %	9 %	7 %
Je ne sais pas	3 %	5 %	1 %	2 %	1 %	6 %
Moyenne	7,6	7,4	7,9	7,7	7,5	7,5

C-5. Dans l'ensemble, dans quelle mesure êtes-vous satisfait de votre expérience la plus récente en matière de déclaration de revenus? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10 où 1 signifie « complètement insatisfait » et 10 signifie « complètement satisfait ».

Les comparaisons dignes de mention entre les sous-groupes comprennent les suivantes :

- En général, les entreprises en activité depuis plus de 10 ans ont attribué, en moyenne, une cote de satisfaction plus élevée que celles en activité depuis 10 ans ou moins (7,9 contre 7,4).
- Les PME exploitées au Manitoba ou en Saskatchewan (8,5) ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles exploitées en Alberta (7,2), au Québec (7,4), en Colombie-Britannique (7,5) ou en Ontario (7,7).
- Les répondants âgés de 50 à 64 ans (7,9) ou de 65 ans ou plus (7,9) ont attribué des cotes plus élevées, en moyenne, que ceux âgés de 35 à 49 ans (7,3).
- Les entreprises qui évaluent le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,8] ont attribué une cote de satisfaction plus élevée, en moyenne, que celles qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [7,2] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [4,8].
- Les PME qui n'ont pas communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles qui l'ont fait (7,8 contre 7,3).
- En général, celles qui ont communiqué avec l'Agence en ligne ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles qui ont utilisé le téléphone (7,9 contre 7,0).
- Les entreprises qui sont inscrites à Mon dossier d'entreprise ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles qui ne le sont pas (8,0 contre 7,5).

Intermédiaires fiscaux

De même, on a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens de donner une cote de satisfaction globale en fonction de leur dernière expérience de production des déclarations de revenus. La satisfaction a été évaluée sur une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « complètement insatisfait » et 10, « complètement satisfait ». Plus de trois intermédiaires fiscaux interrogés sur cinq (61 %) ont indiqué un niveau élevé de satisfaction (cotes de 8 à 10), tandis que près du tiers (32 %) ont attribué une cote modérée (cotes de 4 à 7). Moins de 1 intermédiaire fiscal sur 10 (6 %) a indiqué un niveau de satisfaction globale faible (cotes de 1 à 3). Les intermédiaires fiscaux canadiens ont indiqué, en moyenne, un niveau de satisfaction globale modéré (7,6).

Tableau 23. Satisfaction globale à l'égard de la dernière expérience de production de déclarations de revenus

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n=812)

Cote de satisfaction globale	Total (n=812)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=464)	En activité depuis plus de 10 ans (n=319)	Communication au cours des 12 derniers mois (n=344)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n=429)
8 à 10	61 %	58 %	67 %	61 %	62 %
4 à 7	32 %	36 %	25 %	32 %	31 %
1 à 3	6 %	6 %	6 %	7 %	4 %
Je ne sais pas	2 %	1 %	2 %	-	3 %
Moyenne	7,6	7,6	7,8	7,5	7,8

C-5. Dans l'ensemble, dans quelle mesure êtes-vous satisfait de votre expérience la plus récente en matière de déclaration de revenus? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10 où 1 signifie « complètement insatisfait » et 10 signifie « complètement satisfait ».

Les intermédiaires fiscaux qui évaluent le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,8] ont attribué une cote de satisfaction plus élevée, en moyenne, que ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [6,9] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [4,2].

Communication avec l'Agence

Population générale

Communication au cours des 12 derniers mois

On a demandé aux Canadiens s'ils avaient communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois pour une raison autre que l'envoi de déclarations de revenus des particuliers. Près de 1 répondant sur 5 (16 %) a communiqué avec l'Agence, tandis que plus de 1 sur 10 (13 %) a été contacté par l'Agence. À l'inverse, moins des trois quarts des répondants (73 %) n'ont eu aucune forme de communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois.

Tableau 24. Communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (Population générale) Tous les répondants (n=2 243)

Communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois	Total (n=2 408)	ATL (n=260)	QC (n=551)	ON/ NU (n=802)	MB/ SK (n=268)	AB/ NT (n=216)	BC/ YT (n=311)	18 –	25 –	35 –	50 –	65+
								24 (n=94)	34 (n=215)	49 (n=462)	64 (n=686)	
Oui, j'ai contacté l'Agence	16 %	15 %	15 %	15 %	18 %	18 %	16 %	16 %	18 %	20 %	15 %	11 %
Oui, l'Agence m'a contacté	13 %	13 %	8 %	14 %	14 %	19 %	14 %	5 %	9 %	17 %	16 %	13 %
Non	73 %	76 %	78 %	74 %	71 %	64 %	71 %	75 %	76 %	67 %	72 %	79 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	1 %	1 %	2 %	1 %	< 1 %	2 %	1 %	5 %	-	1 %	1 %	1 %

D-1. Dans des cas autres que pour envoyer des déclarations de revenus des particuliers, avez-vous contacté, ou avez-vous été contacté, par l'Agence au cours des 12 derniers mois?

À la suite d'une comparaison des communications avec l'Agence dans les sous-groupes pertinents, les tendances suivantes sont ressorties :

- Les Canadiens qui sont à la retraite (80 %), qui sont étudiants (77 %), qui travaillent à temps partiel (75 %) ou qui travaillent à temps plein (74 %) ont plus tendance à n'avoir eu aucune communication avec l'Agence que ceux qui sont travailleurs indépendants (53 %).

- Les répondants qui ont un diplôme d'études secondaires ont indiqué n'avoir eu aucune communication avec l'Agence dans une plus forte proportion que ceux qui ont fait des études universitaires (78 % contre 70 %).
- Les femmes ont communiqué avec l'Agence dans une plus large mesure que les hommes (18 % contre 14 %).
- À l'inverse, les hommes ont été contactés par l'Agence dans une plus forte proportion que les femmes (15 % contre 11 %).
- Les répondants âgés de 35 à 49 ans (17 %) avaient plus tendance à avoir été contactés par l'Agence que ceux âgés de 18 à 24 ans (5 %), de 25 à 34 ans (9 %) ou de 65 ans ou plus (13 %).
- Les Canadiens vivant au Québec (78 %), dans les provinces atlantiques (76 %) ou en Ontario (74 %) ont indiqué n'avoir eu aucune communication avec l'Agence dans de plus fortes proportions que ceux vivant en Alberta (64 %).
- Ceux dont la source de revenus est leur employeur ont eu plus tendance à indiquer n'avoir eu aucune communication avec l'Agence que ceux qui sont des propriétaires d'entreprise ou des associés (74 % contre 57 %).
- Les répondants qui ont produit leur déclaration de revenus en ligne ont eu plus tendance à avoir été contactés par l'Agence que ceux qui l'ont fait par la poste (14 % contre 8 %).
- La probabilité que l'Agence communique avec un particulier avait tendance à augmenter en fonction du revenu du ménage. En effet, elle était plus élevée chez les particuliers dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 150 000 \$ et plus (19 %) que chez ceux dont le revenu du ménage se situe dans les tranches de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (11 %) ou de moins de 40 000 \$ (9 %).
- Les Canadiens qui ne sont pas inscrits au service Mon dossier ont eu plus tendance que ceux qui le sont à indiquer n'avoir eu aucune communication avec l'Agence (82 % contre 68 %).

On a demandé aux Canadiens qui ont communiqué avec l'Agence ou qui ont été contactés par celle-ci au cours des 12 derniers mois de préciser le moyen de communication utilisé. Près de la moitié des communications avec l'Agence ont eu lieu par téléphone (49 %), tandis que plus du quart ont eu lieu par courrier (26 %). Plus de un Canadien sur cinq (22 %) a communiqué avec l'Agence en ligne, tandis que les communications en personne (1 %) et par télécopieur (< 1 %) étaient beaucoup moins courantes.

Tableau 25. Moyen de communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (Population générale) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n=598)¹

Moyen de communication avec l'Agence	Total (n=598)	ATL (n=60)	QC (n=98)	ON/NU (n=208)	MB/SK (n=78)	AB/NT (n=70)	BC/YT (n=84)	18 – 24 (n=20)	25 – 34 (n=52)	35 – 49 (n=146)	50 – 64 (n=181)	65+ (n=197)
Par téléphone	49 %	56 %	58 %	50 %	51 %	37 %	46 %	48 %	56 %	51 %	48 %	42 %
Par courrier	26 %	22 %	22 %	27 %	26 %	34 %	21 %	3 %	21 %	24 %	34 %	33 %
En ligne	22 %	22 %	17 %	19 %	23 %	26 %	31 %	49 %	20 %	21 %	16 %	22 %
En personne	1 %	-	1 %	3 %	< 1 %	-	-	-	2 %	2 %	-	2 %
Par télécopieur	< 1 %	-	-	1 %	-	-	-	-	-	1 %	-	-
Autre façon	1 %	-	1 %	< 1 %	-	3 %	2 %	-	-	1 %	2 %	2 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	1 %	-	-	1 %	-	-	-	-	-	1 %	-	-

D-2. De quelle manière s'est effectué votre plus récent contact avec l'Agence?

En ce qui concerne le moyen de communication avec l'Agence, les principales constatations liées aux segments comprennent les suivantes :

- Les Canadiens vivant en Colombie-Britannique (31 %) ont eu plus tendance à avoir eu une communication en ligne avec l'Agence que ceux vivant au Québec (17 %) ou en Ontario (19 %).
- Ceux vivant au Québec ont communiqué par téléphone dans une plus forte proportion que ceux vivant en Alberta (58 % contre 26 %).
- Les répondants âgés de 18 à 24 ans (49 %) ont eu plus tendance à communiquer en ligne que ceux de 25 à 34 ans (20 %), de 35 à 49 ans (21 %), de 50 à 64 ans (16 %) et de 65 ans ou plus (22 %).
- Les hommes ont indiqué communiquer en ligne avec l'Agence dans une plus large mesure que les femmes (26 % contre 18 %).
- Les femmes ont plus tendance que les hommes à communiquer par téléphone (55 % contre 43 %).
- Les Canadiens qui ne sont pas en situation de handicap ont plus tendance que ceux qui le sont à communiquer en ligne avec l'Agence (23 % contre 13 %).

¹ Mise en garde : Sous-groupes d'échantillon de petite taille.

- À l'inverse, ceux qui sont en situation de handicap ont communiqué en personne avec l'Agence dans une plus forte proportion que ceux qui ne le sont pas (6 % contre < 1 %).
- Les répondants nés au Canada ont eu plus tendance à communiquer par téléphone avec l'Agence que ceux nés à l'extérieur du pays (52 % contre 40 %).
- Les Canadiens qui sont inscrits au service Mon dossier ont eu plus tendance que ceux qui ne le sont pas à avoir une communication en ligne (29 % contre 8 %).

On a demandé aux répondants qui avaient communiqué en ligne avec l'Agence ou qui avaient été contactés en ligne par celle-ci au cours des 12 derniers mois de préciser la méthode de communication en ligne qui avait été utilisée. Près des 3 quarts des répondants (71 %) ont utilisé le portail fiscal sécurisé Mon dossier, tandis que plus de 1 sur 10 (12 %) a utilisé les pages de l'impôt du site Web Canada.ca. Près de 1 répondant sur 10 a mentionné un courriel (9 %), tandis que quelques répondants ont utilisé les applications mobiles de l'Agence (2 %).

Tableau 26. Communication en ligne avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (Population générale) Répondants qui ont eu une communication en ligne avec l'Agence au cours de la dernière année (n=127)

Méthode de communication en ligne	Total (n=127)
Portail fiscal sécurisé Mon dossier de l'Agence	71 %
Pages de l'impôt du site Web Canada.ca	12 %
Courriel envoyé par l'Agence	9 %
Applications mobiles de l'Agence	2 %
Autre	4 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	2 %

D2-a. Quelle approche en ligne a été utilisée le plus récemment? Était-ce...

Raison de la communication

On a demandé aux Canadiens qui avaient eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année d'en décrire le but. Les réponses sont assez mitigées. En effet, environ un répondant sur cinq a mentionné ce qui suit : précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence (20 %); renseignements généraux autres que ceux concernant la production des déclarations (17 %); renseignements sur les prestations d'urgence liées à la COVID (16 %); précisions sur la production de déclarations de revenus (16 %); exécution d'un paiement dû au titre de l'impôt des particuliers (15 %). De plus, plus de 1 répondant sur 10 a soumis des documents que l'Agence avait demandés (12 %) ou tentait de résoudre un différend avec l'Agence (12 %).

Tableau 27. But de la communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (Population générale) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n=598)²

But de la communication avec l'Agence	Total (n=598)	ATL (n=60)	QC (n=98)	ON/ NU (n=208)	MB/ SK (n=78)	AB/ NT (n=70)	BC/ YT (n=84)	18 – 24 (n=20)	25 – 34 (n=52)	35 – 49 (n=146)	50 – 64 (n=181)	65+ (n=197)
Demander des précisions sur des renseignements que vous avez reçus de l'Agence du revenu du Canada	20 %	30 %	18 %	18 %	22 %	25 %	15 %	16 %	24 %	18 %	18 %	24 %
Demander des renseignements généraux autres que ceux concernant la production de vos déclarations	17 %	16 %	11 %	20 %	16 %	15 %	19 %	16 %	20 %	15 %	18 %	16 %
Rechercher des informations ou des éclaircissements sur les prestations d'urgence COVID telle que la prestation canadienne d'intervention d'urgence (PCU)	16 %	12 %	35 %	12 %	15 %	15 %	8 %	63 %	17 %	16 %	9 %	6 %
Demander des renseignements ou des précisions sur la production de déclarations de revenus (généralités)	16 %	13 %	15 %	17 %	18 %	12 %	18 %	3 %	17 %	17 %	17 %	19 %
Effectuer un paiement dû sur vos impôts personnels	15 %	15 %	15 %	15 %	10 %	22 %	10 %	15 %	12 %	9 %	22 %	17 %

² Mise en garde : Sous-groupes d'échantillon de petite taille.

Soumettre les documents demandés par l'Agence	12 %	9 %	10 %	13 %	11 %	11 %	13 %	6 %	6 %	15 %	15 %	11 %
Essayer de résoudre un différend que vous avez eu avec l'Agence du revenu du Canada	12 %	9 %	8 %	14 %	12 %	6 %	16 %	-	12 %	11 %	14 %	15 %
Demander des renseignements ou des précisions sur les pensions	1 %	3 %	-	1 %	2 %	1 %	-	-	-	-	1 %	4 %
Autre	4 %	3 %	2 %	3 %	3 %	8 %	4 %	-	7 %	6 %	1 %	3 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	4 %	3 %	3 %	6 %	-	6 %	4 %	4 %	-	9 %	3 %	2 %

D-3. Cette communication était-elle pour...?

En ce qui concerne le but de la communication avec l'Agence, les constatations liées aux sous-segments comprennent les suivantes :

- Les Canadiens vivant au Québec (35 %) ont demandé des renseignements sur les prestations d'urgence liées à la COVID dans une plus forte proportion que ceux vivant en Colombie-Britannique (8 %), dans les provinces atlantiques (12 %), en Ontario (12 %), au Manitoba ou en Saskatchewan (15 %) ou en Alberta (15 %).
- Les répondants âgés de 18 à 24 ans (63 %) ont eu plus tendance à demander des renseignements sur les prestations liées à la COVID que ceux âgés de 25 à 34 ans (17 %), de 35 à 49 ans (16 %), de 50 à 64 ans (9 %) ou de 65 ans ou plus (6 %).
- Les étudiants ont demandé des renseignements sur les prestations liées à la COVID (64 %) dans une plus forte proportion que les répondants qui sont à la retraite (7 %), qui travaillent à temps plein (11 %), qui sont des travailleurs indépendants (23 %) ou qui travaillent à temps partiel (25 %).
- Les répondants nés à l'extérieur du Canada ont eu plus tendance à effectuer un paiement dû au titre de l'impôt des particuliers que ceux nés au Canada (22 % contre 13 %).
- Ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 40 000 \$ ou moins (25 %) ou de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (20 %) ont demandé des renseignements sur les prestations d'urgence liées à la COVID dans une plus forte proportion que ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 150 000 \$ et plus (7 %).
- Les Canadiens qui ne sont pas inscrits au service Mon dossier ont eu plus tendance que ceux qui le sont à demander des renseignements généraux autres que ceux concernant la production de leurs déclarations (29 % contre 13 %).

En plus d'inviter les répondants qui ont communiqué avec l'Agence en ligne, par téléphone ou en personne à indiquer le but de leur communication la plus récente avec l'Agence, on leur a demandé de préciser leur sujet de préoccupation général. Plus de deux répondants sur cinq (43 %) ont communiqué avec l'Agence au sujet de l'impôt sur le revenu des particuliers, tandis que plus de un sur cinq (21 %) l'a fait au sujet des prestations ou des subventions d'urgence liées à la COVID. Plus de 1 Canadien sur 10 qui a récemment communiqué avec l'Agence l'a fait au sujet des prestations pour enfants et familles (11 %). Parmi les autres réponses, mentionnons les suivantes : la paie (5 %); l'impôt sur les successions ou les fiducies (4 %); l'autorisation d'un représentant (3 %); la TPS ou la TVH (3 %); les prestations (3 %).

Tableau 28. Sujets de préoccupation généraux associés à la communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (Population générale) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année, que ce soit en ligne, par téléphone ou en personne (n=419)³

Sujet de la communication	Total (n=419)	ATL (n=45)	QC (n=69)	ON/NU (n=142)	MB/SK (n=56)	AB/NT (n=46)	BC/YT (n=61)	18 – 24 (n=19)	25 – 34 (n=42)	35 – 49 (n=109)	50 – 64 (n=117)	65+ (n=131)
Impôt des particuliers	43 %	28 %	36 %	46 %	48 %	45 %	47 %	21 %	40 %	48 %	42 %	52 %
Prestations et subventions d'urgence liées à la COVID	21 %	15 %	43 %	17 %	12 %	22 %	12 %	55 %	27 %	19 %	12 %	10 %
Crédits et prestations pour enfants et familles	11 %	18 %	11 %	8 %	14 %	17 %	8 %	-	24 %	13 %	11 %	< 1 %
Paie	5 %	11 %	4 %	5 %	-	8 %	6 %	10 %	6 %	8 %	3 %	2 %
Impôt sur les successions ou les fiducies	4 %	4 %	4 %	5 %	2 %	6 %	3 %	-	-	3 %	5 %	12 %
Autorisation d'un représentant	3 %	7 %	4 %	5 %	-	-	3 %	4 %	-	2 %	9 %	1 %
TPS ou TVH	3 %	4 %	1 %	3 %	9 %	1 %	6 %	-	2 %	6 %	4 %	2 %
Prestations (p. ex., invalidité ou assurance-emploi)	3 %	2 %	4 %	3 %	2 %	-	1 %	-	-	4 %	3 %	3 %

³ Mise en garde : Sous-groupes d'échantillon de petite taille.

Régimes de revenu différé et d'épargne	2 %	3 %	2 %	4 %	1 %	-	-	-	5 %	-	2 %	5 %
Impôt des sociétés	2 %	1 %	1 %	3 %	3 %	-	1 %	-	-	2 %	4 %	2 %
Taxes d'accise, droits et prélèvements	1 %	1 %	1 %	2 %	-	-	1 %	-	-	-	3 %	3 %
Pension du gouvernement	1 %	-	-	1 %	1 %	4 %	-	-	-	-	1 %	6 %
Autre	5 %	3 %	2 %	3 %	5 %	6 %	10 %	-	8 %	3 %	4 %	9 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	7 %	6 %	5 %	7 %	6 %	12 %	6 %	15 %	-	7 %	8 %	5 %

D-4. Cette dernière communication avec l'Agence concernait-elle les sujets suivants?

Voici d'autres constatations découlant des sous-groupes pertinents :

- Les Canadiens vivant au Québec (43 %) ont communiqué au sujet des prestations d'urgence liées à la COVID dans une plus forte proportion que ceux vivant en Colombie-Britannique (12 %), au Manitoba ou en Saskatchewan (12 %), dans les provinces atlantiques (15 %), en Ontario (17 %) ou en Alberta (22 %).
- Les répondants âgés de 18 à 24 ans (55 %) ont eu plus tendance à demander des renseignements sur les prestations liées à la COVID que ceux âgés de 35 à 49 ans (19 %), de 50 à 64 ans (12 %) ou de 65 ans ou plus (10 %).
- Les femmes ont communiqué dans une plus forte proportion que les hommes au sujet des prestations pour enfants ou familles (16 % contre 6 %).
- Les étudiants ont eu plus tendance à communiquer au sujet de renseignements sur les prestations liées à la COVID que ceux qui travaillent à temps plein (62 % contre 15 %).
- Ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 40 000 \$ ou moins (27 %) ou de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (29 %) ont communiqué au sujet des prestations d'urgence liées à la COVID dans de plus fortes proportions que ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 150 000 \$ et plus (12 %).
- Les Canadiens dont la source de revenus est leur employeur ont eu plus tendance à communiquer au sujet des prestations pour enfants et familles que les propriétaires d'entreprise ou les associés (16 % contre 2 %).

Satisfaction à l'égard du service

On a demandé aux Canadiens qui avaient indiqué avoir eu une communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois de préciser, en fonction de leur expérience de l'Agence, leur niveau d'accord avec une série d'énoncés sur la satisfaction à l'égard du service. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ».

Plus des trois quarts des répondants sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que le représentant de l'Agence était professionnel (76 %) et poli (75 %). Environ les deux tiers des répondants conviennent que les renseignements fournis étaient exacts (69 %), complets (66 %) et faciles à comprendre (64 %). On observe un niveau d'accord semblable à l'égard de l'énoncé « Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation » (64 %), tandis que plus de la moitié des répondants sont d'accord pour dire que le service a été offert en temps opportun (53 %). Moins de la moitié des répondants sont fortement d'accord pour dire que le service de l'Agence est facile à accéder (43 %).

En ce qui concerne les indicateurs liés au service, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour l'énoncé « Le représentant de l'Agence était poli » (9,0), tandis que le niveau d'accord le plus faible est associé à l'énoncé « Le service offert par l'Agence était facile à accéder » (6,6).

Les indicateurs suivants font l'objet d'un niveau d'accord moyen élevé (cotes de 8 à 10) :

- le représentant de l'Agence était poli (9,0);
- le représentant de l'Agence était professionnel (8,9);
- les renseignements que j'ai reçus étaient exacts (8,2);
- le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation (8,1);
- les renseignements que j'ai reçus étaient complets (8,1).

Les autres indicateurs font l'objet d'un niveau d'accord moyen modéré (cotes de 4 à 7) :

- les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre (7,9);
- le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun (6,9);
- le service offert par l'Agence était facile à accéder (6,6).

Tableau 29. Perceptions de la satisfaction à l'égard du service

Base : (Population générale) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année, que ce soit en ligne, par téléphone ou en personne (n=419)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SO	SP/RR	Moyenne
Le représentant de l'Agence était professionnel	76 %	12 %	1 %	10 %	1 %	8,9
Le représentant de l'Agence était poli	75 %	9 %	2 %	13 %	1 %	9,0
Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts	69 %	15 %	7 %	6 %	3 %	8,2
Les renseignements que j'ai reçus étaient complets	66 %	19 %	9 %	5 %	1 %	8,1
Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre	64 %	25 %	6 %	4 %	< 1 %	7,9
Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation	64 %	15 %	6 %	14 %	1 %	8,1
Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun	53 %	26 %	18 %	3 %	< 1 %	6,9
Le service offert par l'Agence était facile à accéder	43 %	34 %	19 %	3 %	1 %	6,6

D-5. Veuillez maintenant me dire si vous êtes en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants par rapport à cette expérience de service, en utilisant une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 signifie que vous êtes tout à fait d'accord. Veuillez indiquer « pas applicable » si un énoncé ne s'applique pas à votre expérience de service.

Un calcul d'indice a été établi pour évaluer la satisfaction à l'égard du service offert par l'Agence en fonction des indicateurs suivants :

Indice de satisfaction à l'égard du service = SOMME (« Le service offert par l'Agence était facile à accéder » + « Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun » + « Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts » + « Les renseignements que j'ai reçus étaient complets » + « Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre » + « Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation » + « Le représentant de l'Agence était professionnel » + « Le représentant de l'Agence était poli ») / 8

L'évaluation des cotes globales de l'indice de satisfaction à l'égard du service permet de constater que plus de trois Canadiens sur cinq (60 %) ont attribué une cote d'accord élevée (cotes de 8 à 10), tandis que près du tiers (34 %) sont comptabilisés comme ayant attribué une cote neutre (cotes de 4 à 7). Moins de 1 répondant sur 10 (6 %) a attribué une cote d'accord faible (cotes de 1 à 3). Le calcul de l'indice de

satisfaction à l'égard du service permet d'établir une cote d'accord moyenne de 7,9, soit une cote élevée, pour les Canadiens.

Tableau 30. Calculs de l'indice de satisfaction à l'égard du service

Base : (Population générale) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année, que ce soit en ligne, par téléphone ou en personne (n=419)⁴

Cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service	Total (n=419)	ATL (n=45)	QC (n=69)	ON/NU (n=142)	MB/SK (n=56)	AB/NT (n=46)	BC/YT (n=61)	18 – 24 (n=19)	25 – 34 (n=42)	35 – 49 (n=109)	50 – 64 (n=117)	65+ (n=131)
8 à 10	60 %	48 %	70 %	64 %	54 %	51 %	53 %	60 %	65 %	65 %	51 %	58 %
4 à < 8	34 %	40 %	25 %	31 %	40 %	41 %	40 %	40 %	31 %	32 %	36 %	33 %
1 à < 4	6 %	10 %	5 %	5 %	5 %	8 %	8 %	-	4 %	3 %	13 %	9 %
Je ne sais pas	< 1 %	2 %	-	-	1 %	-	-	-	-	< 1 %	-	< 1 %
Moyenne	7,9	7,4	8,3	8,0	7,8	7,6	7,5	8,0	8,1	8,2	7,3	7,8

En ce qui concerne les cotes d'accord globales de l'indice de satisfaction à l'égard du service, les comparaisons dignes de mention entre les sous-groupes comprennent les suivantes :

- Les répondants dont le but de la communication la plus récente était d'obtenir des précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence (8,2) ou d'obtenir des renseignements sur les prestations d'urgence liées à la COVID (8,1) ont attribué des cotes plus élevées, en moyenne, que ceux qui tentaient de régler un différend (7,2).
- Les Canadiens ayant un diplôme d'études secondaires ont attribué, en moyenne, une cote de satisfaction à l'égard du service plus élevée que ceux qui ont fait des études universitaires (8,2 contre 7,6).
- Les répondants nés à l'extérieur du Canada ont attribué, en moyenne, une cote plus élevée que ceux nés au Canada (8,5 contre 7,7).
- Ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (8,3) ou de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (8,2) ont attribué, en moyenne, des cotes plus élevées que ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 150 000 \$ et plus (7,5).
- Les Canadiens qui ont attribué une bonne cote de rendement global (cotes de 8 à 10) [9,0] ont attribué, en moyenne, une cote de satisfaction à l'égard du service plus élevée que ceux

⁴ Mise en garde : Sous-groupes d'échantillon de petite taille.

qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [7,5] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [5,8].

En plus de calculer une cote globale de l'indice de satisfaction à l'égard du service, on a demandé aux répondants qui avaient interagi avec l'Agence au cours de la dernière année d'évaluer leur satisfaction globale à l'égard de la qualité du service reçu. Près de trois répondants sur cinq (57 %) ont attribué une cote d'accord élevée (cotes de 8 à 10), tandis que moins du tiers (29 %) sont comptabilisés comme ayant attribué une cote neutre (cotes de 4 à 7). Plus de 1 répondant sur 10 (12 %) a attribué une cote d'accord faible (cotes de 1 à 3), ce qui permet d'établir une cote d'accord moyenne de 7,3, soit une cote neutre, pour les Canadiens.

Tableau 31. Satisfaction globale à l'égard de la qualité du service au cours de la communication la plus récente

Base : (Population générale) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n=598)⁵

Satisfaction globale à l'égard du service	Total (n=598)	ATL (n=60)	QC (n=98)	ON/NU (n=208)	MB/SK (n=78)	AB/NT (n=70)	BC/YT (n=84)	18 – 24 (n=20)	25 – 34 (n=52)	35 – 49 (n=146)	50 – 64 (n=181)	65+ (n=197)
8 à 10	57 %	47 %	69 %	65 %	47 %	40 %	50 %	65 %	55 %	60 %	52 %	59 %
4 à < 8	29 %	32 %	24 %	21 %	41 %	42 %	33 %	23 %	31 %	31 %	27 %	27 %
1 à < 4	12 %	19 %	8 %	12 %	10 %	14 %	17 %	12 %	9 %	8 %	19 %	13 %
Je ne sais pas	2 %	3 %	-	2 %	2 %	3 %	1 %	-	5 %	1 %	2 %	1 %
Moyenne	7,3	6,9	7,8	7,5	7,1	6,5	6,9	7,7	7,3	7,5	6,7	7,5

D-6. Quel est votre niveau de satisfaction concernant la qualité globale du service que vous avez reçu lors de votre dernière communication avec l'Agence du revenu du Canada? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait insatisfait et 10 signifie que vous êtes tout à fait satisfait.

Voici d'autres comparaisons entre les sous-groupes en ce qui concerne la satisfaction globale à l'égard du service :

- Les Canadiens vivant au Québec (7,8) ou en Ontario (7,5) ont attribué des cotes de satisfaction globale à l'égard du service plus élevées que ceux vivant en Alberta (6,5).
- Les répondants nés à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que ceux nés au Canada (7,9 contre 7,1).

⁵ Mise en garde : Sous-groupes d'échantillon de petite taille.

- Les Canadiens qui ont attribué une bonne cote de rendement global (cotes de 8 à 10) [8,8] ont attribué une cote de satisfaction globale à l'égard du service plus élevée que ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [6,8] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [4,4].
- Ceux qui ont communiqué avec l'Agence en ligne (7,6) ou par téléphone (7,3) ont attribué, en moyenne, une cote plus élevée que ceux qui l'ont fait par courrier (6,7).

Petites et moyennes entreprises (PME)

Communication au cours des 12 derniers mois

On a demandé aux PME canadiennes si elles avaient communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois pour une raison autre que l'envoi de déclarations de revenus des particuliers. Plus du quart des entreprises (26 %) ont communiqué avec l'Agence, tandis que plus de 1 entreprise sur 10 (15 %) a été contactée par l'Agence. À l'inverse, plus de la moitié (56 %) n'avaient eu aucune forme de communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois.

Tableau 32. Communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois	Total (n=745)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=375)	En activité depuis plus de 10 ans (n=357)	Entreprise individuelle (n=499)	Société de personnes (n=67)	Constituée en société (n=154)
Oui, j'ai contacté l'Agence	26 %	31 %	21 %	24 %	34 %	27 %
Oui, l'Agence m'a contacté	15 %	15 %	15 %	13 %	15 %	23 %
Non	56 %	50 %	63 %	60 %	51 %	49 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	6 %	7 %	5 %	6 %	6 %	8 %

D-1. Dans des cas autres que pour envoyer des déclarations de revenus [PME : des entreprises] [IF : des particuliers ou des entreprises], avez-vous contacté, ou avez-vous été contacté, par l'Agence [IF : au nom d'un client] au cours des 12 derniers mois?

À la suite d'une comparaison des communications avec l'Agence dans les sous-groupes pertinents, les tendances suivantes sont ressorties :

- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins ont communiqué avec l'Agence dans une plus forte proportion que celles en activité depuis plus de 10 ans (31 % contre 21 %).
- Les répondants âgés de 25 à 34 ans (36 %) ont eu plus tendance à communiquer avec l'Agence que ceux âgés de 50 à 64 ans (24 %) ou de 65 ans ou plus (16 %).
- Les entreprises exploitées au Québec ont indiqué n'avoir eu aucune communication avec l'Agence dans une plus forte proportion que celles exploitées en Ontario (64 % contre 53 %).
- Les entreprises constituées en société ont eu plus tendance à être contactées par l'Agence que les entreprises individuelles (23 % contre 13 %).
- Les répondants qui sont présidents, PDG ou propriétaires de l'entreprise ont eu plus tendance à indiquer n'avoir eu aucune communication avec l'Agence que ceux qui occupent un autre poste au sein de l'entreprise (58 % contre 37 %).

On a demandé aux PME canadiennes interrogées qui avaient communiqué avec l'Agence ou qui avaient été contactées par celle-ci au cours des 12 derniers mois de préciser le moyen de communication utilisé. Près des deux tiers des communications avec l'Agence ont eu lieu par téléphone (63 %), tandis que près du quart ont eu lieu en ligne (22 %). Plus de 1 entreprise sur 10 (14 %) a communiqué avec l'Agence par courrier, tandis que les communications par télécopieur (< 1 %) étaient beaucoup moins courantes.

Tableau 33. Moyen de communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (PME) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n=278)

Moyen de communication avec l'Agence	Total (n=278)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=159)	En activité depuis plus de 10 ans (n=114)	Entreprise individuelle (n=169)	Société de personnes (n=29)	Constituée en société (n=66)
Par téléphone	63 %	68 %	56 %	62 %	62 %	64 %
En ligne	22 %	18 %	26 %	24 %	24 %	15 %
Par courrier	14 %	11 %	18 %	12 %	10 %	20 %
Par télécopieur	< 1 %	1 %	-	-	3 %	2 %
En personne	-	-	-	-	-	-
Je ne sais pas/je refuse de répondre	1 %	1 %	-	1 %	-	-

D-2. De quelle manière s'est effectué votre plus récent contact avec l'Agence?

On a demandé aux entreprises qui avaient communiqué en ligne avec l'Agence ou qui avaient été contactées en ligne par celle-ci au cours des 12 derniers mois de préciser la méthode de communication en ligne qui avait été utilisée. Plus de la moitié des PME (56 %) ont utilisé le portail fiscal sécurisé Mon dossier d'entreprise, tandis que près de une PME sur cinq (18 %) a utilisé les pages de l'impôt du site Web

Canada.ca. Plus de 1 répondant sur 10 a mentionné les applications mobiles de l'Agence (15 %), tandis que quelques-uns ont utilisé la fonction Clavardez avec Charlie de l'Agence (3 %).

Tableau 34. Communication en ligne avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (PME) Répondants qui ont eu une communication en ligne avec l'Agence au cours de la dernière année (n=61)

Méthode de communication en ligne	Total (n=61)
Portail fiscal sécurisé Mon dossier d'entreprise de l'Agence	56 %
Pages de l'impôt du site Web Canada.ca	18 %
Applications mobiles de l'Agence	15 %
Fonction Clavardez avec Charlie	3 %
Plateformes de médias sociaux de l'Agence	-
Courriel envoyé par l'Agence	-
Autre	3 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	5 %

D2-a. Quelle approche en ligne a été utilisée le plus récemment? Était-ce...

Raison de la communication

On a demandé aux entreprises qui avaient eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année d'en décrire le but. Les réponses sont mitigées. En effet, plus de un répondant sur cinq a mentionné ce qui suit : précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence (25 %); renseignements sur les prestations d'urgence liées à la COVID (21 %). Près de une PME sur cinq a demandé des renseignements généraux autres que ceux concernant la production des déclarations (19 %), a effectué un paiement dû au titre de l'impôt des entreprises (17 %) ou tentait de résoudre un différend avec l'Agence (15 %). De plus, plus de 1 entreprise sur 10 a indiqué avoir demandé des renseignements avant de produire une déclaration de revenus (13 %), soumis des documents que l'Agence avait demandés (12 %) ou demandé des renseignements après avoir produit une déclaration de revenus d'entreprise (10 %).

Tableau 35. But de la communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (PME) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n=278)

But de la communication avec l'Agence	Total (n=278)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=159)	En activité depuis plus de 10 ans (n=114)	Entreprise individuelle (n=169)	Société de personnes (n=29)	Constituée en société (n=66)
Demander des précisions sur des renseignements que vous avez reçus de l'Agence du revenu du Canada	25 %	26 %	19 %	26 %	21 %	23 %
Demander des renseignements ou des précisions sur les prestations d'urgence liées à la COVID	21 %	21 %	21 %	22 %	21 %	15 %
Demander des renseignements généraux autres que ceux concernant la production de vos déclarations d'entreprise	19 %	17 %	21 %	20 %	24 %	15 %
Effectuer un paiement dû sur les impôts d'entreprise	17 %	13 %	22 %	15 %	21 %	18 %
Essayer de résoudre un différend que vous avez eu avec l'Agence du revenu du Canada	15 %	15 %	14 %	12 %	17 %	20 %
Demander des renseignements avant de produire une déclaration de revenus d'entreprise	13 %	14 %	11 %	12 %	17 %	9 %
Soumettre les documents demandés par l'Agence	12 %	9 %	14 %	11 %	10 %	15 %
Demander des renseignements après la production de déclarations de revenus d'entreprise	10 %	12 %	7 %	8 %	14 %	12 %
Essayer de mettre à jour les renseignements sur le compte ou de changer l'adresse	1 %	2 %	1 %	2 %	-	-
Obtenir des renseignements sur les retenues sur la paie	1 %	1 %	3 %	1 %	-	3 %

Demander de l'aide en raison du verrouillage du compte	1 %	1 %	-	1 %	-	-
Vous rappeler de produire vos déclarations de revenus des sociétés	1 %	1 %	-	-	-	3 %
Reçu le sommaire de la déclaration de revenus	1 %	1 %	-	1 %	-	2 %
Toute autre raison	5 %	4 %	8 %	5 %	3 %	9 %
Je ne me souviens pas	6 %	8 %	3 %	8 %	3 %	-

D-3. Cette communication était-elle pour...? Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.

En ce qui concerne le but de la communication avec l'Agence, les constatations liées aux sous-segments comprennent les suivantes :

- Les entreprises en activité depuis plus de 10 ans ont indiqué avoir effectué un paiement dû sur les impôts d'entreprise dans une plus forte proportion que celles en activité depuis 10 ans ou moins (22 % contre 13 %).
- Celles qui ont indiqué avoir recours à des ressources internes pour produire leurs déclarations de revenus ont eu plus tendance à mentionner la résolution d'un différend avec l'Agence que celles qui utilisaient des services externes de préparation de déclarations de revenus (23 % contre 10 %).
- Les entreprises qui ne sont pas inscrites au service Mon dossier d'entreprise ont eu plus tendance que celles qui le sont à demander des renseignements généraux autres que ceux concernant la production de leurs déclarations (27 % contre 8 %).
- Les hommes ont eu plus tendance que les femmes à indiquer avoir demandé des précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence (32 % contre 19 %).
- Les femmes ont indiqué avoir demandé des renseignements sur les prestations d'urgence liées à la COVID dans une plus forte proportion que les hommes (27 % contre 10 %).
- Les personnes qui sont en situation de handicap ont eu plus tendance à mentionner la résolution d'un différend avec l'Agence que celles qui ne le sont pas (31 % contre 13 %).

En plus d'inviter les répondants qui ont communiqué avec l'Agence en ligne, par téléphone ou en personne à indiquer le but de leur communication la plus récente avec l'Agence, on leur a demandé de préciser leur sujet de préoccupation général. Environ 1 entreprise sur 10 communiquait avec l'Agence au sujet des prestations ou des subventions d'urgence liées à la COVID (10 %), de l'impôt sur le revenu des particuliers (8 %), de la TPS ou de la TVH (7 %) ou de l'impôt sur le revenu des sociétés (7 %). Parmi les autres réponses, mentionnons les suivantes : la paie (3 %); les prestations pour enfants ou familles (2 %); les demandes de crédits d'impôt (2 %); l'inscription du numéro d'entreprise (2 %); l'autorisation d'un représentant (2 %).

Tableau 36. Sujets de préoccupation généraux associés à la communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (PME) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année, que ce soit en ligne, par téléphone ou en personne (n=75)⁶

Sujets de préoccupation généraux associés à la communication avec l'Agence	Total (n=75)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=46)	En activité depuis plus de 10 ans (n=27)	Entreprise individuelle (n=49)	Société de personnes (n=6)	Constituée en société (n=16)
Prestations et subventions d'urgence liées à la COVID	10 %	12 %	8 %	10 %	9 %	10 %
Impôt des particuliers	8 %	10 %	6 %	9 %	13 %	6 %
TPS/TVH	7 %	7 %	7 %	7 %	8 %	8 %
Impôt sur le revenu des entreprises	7 %	9 %	6 %	6 %	9 %	9 %
Paie	3 %	3 %	3 %	1 %	5 %	7 %
Crédits et prestations pour enfants et familles	2 %	3 %	< 1 %	3 %	2 %	1 %
Demandes de crédits d'impôt	2 %	2 %	2 %	2 %	5 %	1 %
Inscription du numéro d'entreprise	2 %	2 %	2 %	2 %	6 %	1 %
Autorisation d'un représentant	2 %	2 %	1 %	1 %	3 %	1 %
Taxes d'accise, droits et prélèvements	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	-	-
Régimes de revenu différé et d'épargne	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	-	-
Changement d'adresse	< 1 %	1 %	-	< 1 %	-	-
Compte personnel	< 1 %	1 %	-	< 1 %	-	-

⁶ Mise en garde : Sous-groupes d'échantillon de petite taille.

Impôt sur les successions ou les fiducies	-	-	-	-	-	-
Autre raison	2 %	2 %	1 %	2 %	-	2 %
Je ne me souviens pas	1 %	1 %	< 1 %	1 %	-	1 %

D-4. Cette dernière communication avec l'Agence concernait-elle les sujets suivants?

Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins ont eu plus tendance à avoir des préoccupations concernant les prestations d'urgence liées à la COVID que celles en activité depuis plus de 10 ans (12 % contre 8 %).

Satisfaction à l'égard du service

On a demandé aux entreprises d'indiquer, en fonction de leurs perceptions de l'Agence, leur niveau d'accord avec une série d'énoncés sur la satisfaction à l'égard du service. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ».

Près du tiers des répondants sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que le représentant de l'Agence était poli (63 %) et professionnel (62 %). Plus de la moitié des répondants conviennent que les renseignements fournis étaient exacts (59 %), complets (54 %) et faciles à comprendre (54 %). On observe un niveau d'accord semblable à l'égard de l'énoncé « Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation » (54 %). Près de la moitié des répondants sont d'accord pour dire qu'il était facile d'accéder au service de l'Agence (46 %) et que celui-ci était offert en temps opportun (44 %).

En ce qui concerne les indicateurs liés au service, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour l'énoncé « Le représentant de l'Agence était poli » (8,1), tandis que le niveau d'accord le plus faible est associé à l'énoncé « Le service offert par l'Agence était facile à accéder » (6,5).

Les indicateurs suivants font l'objet d'un niveau d'accord moyen élevé (cotes de 8 à 10) :

- le représentant de l'Agence était poli (8,1);
- le représentant de l'Agence était professionnel (8,1).

Les autres indicateurs font l'objet d'un niveau d'accord moyen modéré (cotes de 4 à 7) :

- les renseignements que j'ai reçus étaient exacts (7,6);
- le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation (7,5);
- les renseignements que j'ai reçus étaient complets (7,3);
- les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre (7,2);
- le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun (6,6);
- le service offert par l'Agence était facile à accéder (6,5).

Tableau 37. Perceptions de la satisfaction à l'égard du service

Base : (PME) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année, que ce soit en ligne, par téléphone ou en personne (n=236)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SO	SP/RR	Moyenne
Le représentant de l'Agence était poli	63 %	19 %	5 %	12 %	1 %	8,1
Le représentant de l'Agence était professionnel	62 %	20 %	5 %	12 %	1 %	8,1
Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts	59 %	24 %	10 %	4 %	3 %	7,6
Les renseignements que j'ai reçus étaient complets	54 %	27 %	14 %	4 %	1 %	7,3
Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation	54 %	23 %	10 %	12 %	1 %	7,5
Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre	54 %	29 %	14 %	2 %	< 1 %	7,2
Le service offert par l'Agence était facile à accéder	46 %	32 %	20 %	3 %	-	6,5
Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun	44 %	32 %	19 %	5 %	< 1 %	6,6

D-5. Veuillez maintenant me dire si vous êtes en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants par rapport à cette expérience de service, en utilisant une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 signifie que vous êtes tout à fait d'accord. Veuillez indiquer « pas applicable » si un énoncé ne s'applique pas à votre expérience de service.

Un calcul d'indice a été établi pour évaluer les perceptions de la confiance à l'égard de l'Agence en fonction des indicateurs suivants :

Indice de satisfaction à l'égard du service = SOMME (« Le service offert par l'Agence était facile à accéder » + « Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun » + « Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts » + « Les renseignements que j'ai reçus étaient complets » + « Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre » + « Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation » + « Le représentant de l'Agence était professionnel » + « Le représentant de l'Agence était poli ») / 8

L'évaluation des cotes globales de l'indice de satisfaction à l'égard du service permet de constater que près de la moitié des entreprises (49 %) ont attribué une cote d'accord élevée (cotes de 8 à 10), tandis que deux sur cinq (40 %) sont comptabilisées comme ayant attribué une cote neutre (cotes de 4 à 7). Plus de 1 répondant sur 10 (11 %) a attribué une cote d'accord faible (cotes de 1 à 3). Le calcul de l'indice de

satisfaction à l'égard du service permet d'établir une cote d'accord moyenne de 6,8, soit une cote neutre, pour les Canadiens.

Tableau 38. Calculs de l'indice de satisfaction à l'égard du service

Base : (PME) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année, que ce soit en ligne, par téléphone ou en personne (n=236)

Cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service	Total (n=236)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=137)	En activité depuis plus de 10 ans (n=94)	Entreprise individuelle (n=146)	Société de personnes (n=25)	Constituée en société (n=52)
8 à 10	49 %	47 %	50 %	51 %	40 %	50 %
4 à < 8	40 %	38 %	44 %	37 %	48 %	40 %
1 à < 4	11 %	15 %	5 %	12 %	12 %	10 %
Je ne sais pas	< 1 %	-	1 %	< 1 %	-	-
Moyenne	6,8	6,6	7,1	6,9	6,5	6,9

Les entreprises dont le but de la communication la plus récente était d'effectuer un paiement ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles qui tentaient de régler un différend (7,2 contre 5,7).

En plus de calculer une cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service, on a demandé aux répondants qui avaient interagi avec l'Agence au cours de la dernière année d'évaluer leur satisfaction globale à l'égard de la qualité du service reçu. Plus de la moitié des répondants (51 %) ont attribué une cote d'accord élevée (cotes de 8 à 10), tandis qu'environ le tiers (33 %) sont comptabilisés comme ayant attribué une cote neutre (cotes de 4 à 7). Plus de 1 répondant sur 10 (15 %) a attribué une cote d'accord faible (cotes de 1 à 3), ce qui permet d'établir une cote d'accord moyenne de 6,8, soit une cote neutre, pour les Canadiens.

Tableau 39. Satisfaction globale à l'égard de la qualité du service au cours de la communication la plus récente

Base : (PME) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n=278)

Satisfaction globale à l'égard du service	Total (n=278)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=159)	En activité depuis plus de 10 ans (n=114)	Entreprise individuelle (n=169)	Société de personnes (n=29)	Constituée en société (n=66)
8 à 10	51 %	50 %	53 %	53 %	48 %	52 %
4 à < 8	33 %	33 %	34 %	33 %	24 %	38 %
1 à < 4	15 %	16 %	12 %	14 %	28 %	11 %
Je ne sais pas	1 %	1 %	1 %	1 %	-	-
Moyenne	6,9	6,8	7,0	7,0	6,2	6,9

D-6. Quel est votre niveau de satisfaction concernant la qualité globale du service que vous avez reçu lors de votre dernière communication avec l'Agence du revenu du Canada? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait insatisfait et 10 signifie que vous êtes tout à fait satisfait.

Voici d'autres comparaisons entre les sous-groupes en ce qui concerne la satisfaction globale à l'égard du service :

- Les entreprises dont la plus récente communication avec l'Agence s'est déroulée en ligne (7,9) ont attribué une cote de satisfaction globale à l'égard du service plus élevée que celles qui ont utilisé le téléphone (6,6) ou le courrier (6,6).
- Les PME canadiennes qui ont attribué une bonne cote de rendement global (cotes de 8 à 10) [8,9] ont attribué une cote de satisfaction globale à l'égard du service plus élevée que celles qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [6,4] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [3,6].

On a demandé aux entreprises canadiennes qui avaient communiqué avec l'Agence au cours de la dernière année si celle-ci avait réussi à répondre à leurs besoins lors de leur communication la plus récente. Plus des deux tiers des PME (68 %) estiment que leurs besoins ont été satisfaits, tandis qu'environ le quart (26 %) ne sont pas de cet avis.

Tableau 40. Besoins satisfaits lors de la communication la plus récente parmi les répondants qui ont communiqué avec l'Agence

Base : (PME) Répondants qui ont communiqué avec l'Agence au cours de la dernière année (n=195)⁷

Besoins satisfaits lors de la communication avec l'Agence	Total (n=195)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=117)	En activité depuis plus de 10 ans (n=74)	Entreprise individuelle (n=120)	Société de personnes (n=23)	Constituée en société (n=41)
Oui	68 %	66 %	72 %	72 %	52 %	68 %
Non	26 %	24 %	28 %	23 %	35 %	24 %
Je ne sais pas	6 %	10 %	-	5 %	13 %	7 %

D-6a. Avez-vous obtenu de l'Agence du revenu du Canada ce dont vous aviez besoin à ce moment-là?

On a ensuite demandé aux répondants qui avaient eu une forme de communication avec l'Agence au cours de la dernière année de comparer le niveau de service à la clientèle qu'ils avaient reçu avec les services d'autres institutions financières. Près de un répondant sur cinq (16 %) estime que l'Agence offre un meilleur service que les autres institutions financières avec lesquelles il fait affaire. Plus de la moitié (53 %) estiment que le service de l'Agence est à peu près semblable, tandis que plus du quart (26 %) sont d'avis qu'il est pire.

Tableau 41. Service à la clientèle par rapport aux expériences auprès d'autres institutions financières

Base : (PME) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n=278)

Expérience auprès de l'Agence	Total (n=278)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=159)	En activité depuis plus de 10 ans (n=114)	Entreprise individuelle (n=169)	Société de personnes (n=29)	Constituée en société (n=66)
Meilleur	16 %	20 %	11 %	15 %	21 %	14 %
À peu près semblable	53 %	51 %	55 %	59 %	41 %	48 %
Pire	26 %	24 %	28 %	21 %	38 %	32 %
Je ne sais pas	5 %	5 %	6 %	5 %	-	6 %

⁷ Mise en garde : Sous-groupes d'échantillon de petite taille.

D-7. Selon votre expérience, diriez-vous que le niveau du service à la clientèle offert par l'Agence est meilleur, à peu près semblable ou pire que le service que vous pourriez recevoir des institutions financières avec lesquelles vous faites affaire?

Voici d'autres constatations découlant des sous-groupes pertinents :

- Les entreprises qui ont communiqué avec l'Agence par courrier (42 %) ou par téléphone (28 %) ont eu plus tendance que celles qui l'ont fait en ligne à estimer que le service reçu de l'Agence était pire (10 %).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins ont décrit le service comme étant meilleur dans une plus forte proportion que celles en activité depuis plus de 10 ans (20 % contre 11 %).
- Les répondants qui sont en situation de handicap ont eu plus tendance que ceux qui ne le sont pas à décrire le service comme étant meilleur (28 % contre 13 %).
- Les entreprises exploitées en Ontario ont indiqué recevoir un meilleur service dans une plus forte proportion que celles exploitées en Alberta (22 % contre 3 %).

Intermédiaires fiscaux

Communication au cours des 12 derniers mois

On a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens s'ils avaient communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois pour une raison autre que l'envoi de déclarations de revenus des particuliers. Plus du tiers (35 %) ont communiqué avec l'Agence, tandis que plus de 1 sur 10 (13 %) a été contacté par l'Agence. À l'inverse, plus de la moitié (53 %) n'ont eu aucune forme de communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois.

Tableau 42. Communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n=812)

Communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois	Total (n=812)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=464)	En activité depuis plus de 10 ans (n=319)	Inscrit au service Représenter un client (n=185)	Non inscrit au service Représenter un client (n=163)
Oui, j'ai contacté l'Agence	35 %	38 %	32 %	53 %	21 %
Oui, l'Agence m'a contacté	13 %	14 %	14 %	24 %	10 %
Non	53 %	48 %	57 %	34 %	70 %

Je ne sais pas/je refuse de répondre	5 %	6 %	3 %	1 %	3 %
--------------------------------------	-----	-----	-----	-----	-----

D-1. Dans des cas autres que pour envoyer des déclarations de revenus [**PME** : des entreprises] [**IF** : des particuliers ou des entreprises], avez-vous contacté, ou avez-vous été contacté, par l'Agence [**IF** : au nom d'un client] au cours des 12 derniers mois?

À la suite d'une comparaison des communications avec l'Agence dans les sous-groupes pertinents, les tendances suivantes sont ressorties :

- Les entreprises en activité depuis plus de 10 ans ont eu plus tendance à indiquer n'avoir eu aucune communication avec l'Agence que celles en activité depuis 10 ans ou moins (57 % contre 48 %).
- Celles qui ne sont pas inscrites au service Représenter un client ont eu plus tendance que celles qui le sont à indiquer n'avoir eu aucune communication avec l'Agence (70 % contre 34 %).

On a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens interrogés qui avaient communiqué avec l'Agence ou qui avaient été contactés par celle-ci au cours des 12 derniers mois de préciser le moyen de communication utilisé. Plus des deux tiers des communications avec l'Agence ont eu lieu par téléphone (67 %), tandis que près du cinquième ont eu lieu en ligne (19 %). Plus de 1 entreprise sur 10 (12 %) a communiqué avec l'Agence par courrier, tandis que les communications par télécopieur (1 %) et en personne étaient beaucoup moins courantes.

Tableau 43. Moyen de communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (Intermédiaires fiscaux) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n=344)

Moyen de communication avec l'Agence	Total (n=344)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=213)	En activité depuis plus de 10 ans (n=127)	Inscrit au service Représenter un client (n=120)	Non inscrit au service Représenter un client (n=44)
Par téléphone	67 %	65 %	72 %	64 %	70 %
En ligne	19 %	21 %	15 %	20 %	14 %
Par courrier	12 %	12 %	12 %	15 %	11 %
Par télécopieur	1 %	1 %	-	-	2 %
En personne	1 %	1 %	-	1 %	2 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	1 %	1 %	1 %	-	-

D-2. De quelle manière s'est effectué votre plus récent contact avec l'Agence?

On a demandé aux intermédiaires fiscaux qui avaient communiqué en ligne avec l'Agence ou qui avaient été contactés en ligne par celle-ci au cours des 12 derniers mois de préciser la méthode de communication en ligne qui avait été utilisée. Près de la moitié (45 %) ont utilisé le portail fiscal sécurisé Représenter un client, tandis qu'environ le tiers (32 %) ont utilisé les pages de l'impôt du site Web Canada.ca. Plus de 1 répondant sur 10 a mentionné les applications mobiles de l'Agence (14 %), tandis que quelques-uns ont utilisé les plateformes de médias sociaux de l'Agence (5 %) ou le courrier électronique (3 %).

Tableau 44. Communication en ligne avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (Intermédiaires fiscaux) Répondants qui ont eu une communication en ligne avec l'Agence au cours de la dernière année (n=65)

Méthode de communication en ligne	Total (n=65)
Portail fiscal sécurisé Représenter un client de l'Agence	45 %
Pages de l'impôt du site Web Canada.ca	32 %
Applications mobiles de l'Agence	14 %
Plateformes de médias sociaux de l'Agence	5 %
Courrier électronique	3 %
Fonction Clavardez avec Charlie	-
Autre	2 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	-

D2-a. Quelle approche en ligne a été utilisée le plus récemment? Était-ce...

Raison de la communication

On a demandé aux intermédiaires fiscaux qui avaient eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année d'en décrire le but. Plus du tiers des répondants ont mentionné avoir demandé des précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence (37 %). Ils sont suivis de ceux qui ont demandé des renseignements autres que ceux concernant la production de leurs déclarations d'entreprise (28 %) et de ceux qui tentaient de résoudre un différend avec l'Agence (24 %). Près de un répondant sur cinq a indiqué avoir demandé des renseignements avant de produire une déclaration de revenus (18 %), effectué un paiement dû au titre de l'impôt des entreprises (17 %), soumis des documents que l'Agence avait demandés (17 %) et demandé des précisions sur les prestations d'urgence liées à la COVID (17 %).

Tableau 45. But de la communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (Intermédiaires fiscaux) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n=344)

But de la communication avec l'Agence	Total (n=344)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=213)	En activité depuis plus de 10 ans (n=127)	Inscrit au service Représenter un client (n=120)	Non inscrit au service Représenter un client (n=44)
Demander des précisions sur des renseignements que vous avez reçus de l'Agence du revenu du Canada	37 %	39 %	35 %	40 %	34 %
Demander des renseignements généraux autres que ceux concernant la production de vos déclarations d'entreprise	28 %	31 %	22 %	27 %	25 %
Essayer de résoudre un différend que vous avez eu avec l'Agence du revenu du Canada	24 %	22 %	28 %	24 %	18 %
Demander des renseignements avant de produire une déclaration de revenus d'entreprise	18 %	21 %	14 %	18 %	21 %
Effectuer un paiement dû sur les impôts d'entreprise	17 %	21 %	13 %	28 %	9 %
Soumettre les documents demandés par l'Agence	17 %	14 %	24 %	20 %	16 %
Demander des renseignements ou des précisions sur les prestations d'urgence liées à la COVID	17 %	15 %	19 %	17 %	16 %
Demander des renseignements après la production de déclarations de revenus d'entreprise	12 %	13 %	11 %	15 %	7 %
Demander de l'aide en raison du verrouillage du compte	1 %	1 %	1 %	1 %	-
Essayer de mettre à jour les renseignements sur le compte ou de changer l'adresse	1 %	1 %	1 %	-	-
Demander de l'aide en raison du piratage du compte	1 %	1 %	1 %	-	-
Reçu le sommaire de la déclaration de revenus	< 1 %	1 %	-	-	-
Toute autre raison	3 %	2 %	6 %	2 %	2 %
Je ne me souviens pas	2 %	1 %	2 %	2 %	2 %

D-3. Cette communication était-elle pour...? Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent.

En ce qui concerne le but de la communication avec l'Agence, les constatations liées aux sous-segments comprennent les suivantes :

- Les entreprises en activité depuis plus de 10 ans ont indiqué avoir soumis les documents demandés par l'Agence dans une plus forte proportion que celles en activité depuis 10 ans ou moins (24 % contre 14 %).
- Les répondants qui ont communiqué avec l'Agence par courrier ont eu plus tendance que ceux qui l'ont fait en ligne à tenter de résoudre un différend (34 % contre 17 %).
- Ceux qui ont communiqué avec l'Agence par courrier ont indiqué avoir soumis les documents demandés par l'Agence dans une plus forte proportion que ceux qui l'ont fait par téléphone (32 % contre 15 %).
- Les intermédiaires fiscaux qui sont inscrits au service Représenter un client ont eu plus tendance que ceux qui ne le sont pas à indiquer avoir effectué un paiement (28 % contre 9 %).

En plus d'inviter les répondants qui ont communiqué avec l'Agence en ligne, par téléphone ou en personne à indiquer le but de leur communication la plus récente avec l'Agence, on leur a demandé de préciser leur sujet de préoccupation général. Environ 1 intermédiaire fiscal sur 10 a communiqué avec l'Agence au sujet de l'impôt sur le revenu des particuliers (11 %), de l'impôt sur le revenu des sociétés (10 %), des prestations ou des subventions d'urgence liées à la COVID (9 %), de la TPS ou de la TVH (9 %) ou des demandes de crédits d'impôt (6 %). Parmi les autres réponses, mentionnons les suivantes : la paie (5 %); les prestations pour enfants ou familles (3 %); l'inscription du numéro d'entreprise (3 %); l'impôt sur les successions ou les fiducies (3 %); l'autorisation d'un représentant (3 %).

Tableau 46. Sujets de préoccupation généraux associés à la communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (Intermédiaires fiscaux) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année, que ce soit en ligne, par téléphone ou en personne (n=91)⁸

Sujets de préoccupation généraux associés à la communication avec l'Agence	Total (n=91)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=58)	En activité depuis plus de 10 ans (n=30)	Inscrit au service Représenter un client (n=34)	Non inscrit au service Représenter un client (n=11)
Impôt des particuliers	11 %	13 %	9 %	18 %	7 %
Impôt sur le revenu des entreprises	10 %	13 %	7 %	16 %	4 %
Prestations et subventions d'urgence liées à la COVID	9 %	10 %	8 %	11 %	7 %
TPS/TVH	9 %	10 %	8 %	11 %	4 %
Demandes de crédits d'impôt	6 %	7 %	6 %	9 %	3 %
Paie	5 %	6 %	5 %	9 %	4 %
Crédits et prestations pour enfants et familles	3 %	5 %	2 %	7 %	1 %
Inscription du numéro d'entreprise	3 %	4 %	2 %	7 %	2 %
Impôt sur les successions ou les fiducies	3 %	3 %	2 %	5 %	1 %
Autorisation d'un représentant	3 %	3 %	3 %	5 %	1 %
Régimes de revenu différé et d'épargne	2 %	3 %	2 %	5 %	1 %
Taxes d'accise, droits et prélèvements	2 %	2 %	2 %	4 %	1 %

⁸ Mise en garde : Sous-groupes d'échantillon de petite taille.

Compte personnel	1 %	1 %	< 1 %	1 %	-
Autre raison	2 %	1 %	2 %	1 %	1 %
Je ne me souviens pas	< 1 %	-	1 %	-	1 %

D-4. Cette dernière communication avec l'Agence concernait-elle les sujets suivants?

Les intermédiaires fiscaux en activité depuis 10 ans ou moins ont eu plus tendance à communiquer avec l'Agence au sujet de l'impôt sur le revenu des entreprises que ceux en activité depuis plus de 10 ans (12 % contre 7 %).

Satisfaction à l'égard du service

On a demandé aux intermédiaires fiscaux d'indiquer, en fonction de leurs perceptions de l'Agence, leur niveau d'accord avec une série d'énoncés sur la satisfaction à l'égard du service. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ».

Environ le tiers des répondants sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que le représentant de l'Agence était poli (66 %) et professionnel (66 %). Environ trois répondants sur cinq sont fortement d'accord pour dire que les renseignements fournis étaient exacts (62 %), faciles à comprendre (59 %) et complets (57 %). On observe un niveau d'accord élevé semblable à l'égard de l'énoncé « Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation » (60 %). Plus de la moitié des répondants sont d'accord pour dire qu'il était facile d'accéder au service de l'Agence (55 %) et que celui-ci était offert en temps opportun (53 %).

En ce qui concerne les indicateurs liés au service, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour l'énoncé « Le représentant de l'Agence était professionnel » (8,1), tandis que le niveau d'accord le plus faible est associé à l'énoncé « Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun » (7,0).

Les indicateurs suivants font l'objet d'un niveau d'accord moyen élevé (cotes de 8 à 10) :

- le représentant de l'Agence était professionnel (8,1).
- le représentant de l'Agence était poli (8,0).

Les autres indicateurs font l'objet d'un niveau d'accord moyen modéré (cotes de 4 à 7) :

- les renseignements que j'ai reçus étaient exacts (7,7);
- les renseignements que j'ai reçus étaient complets (7,6);
- le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation (7,6);
- les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre (7,6);
- le service offert par l'Agence était facile à accéder (7,1);
- le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun (7,0).

Tableau 47. Perceptions de la satisfaction à l'égard du service

Base : (Intermédiaires fiscaux) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année, que ce soit en ligne, par téléphone ou en personne (n=299)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SO	SP/RR	Moyenne
Le représentant de l'Agence était poli	66 %	27 %	4 %	2 %	1 %	8,0
Le représentant de l'Agence était professionnel	66 %	29 %	3 %	2 %	-	8,1
Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts	62 %	27 %	8 %	2 %	1 %	7,7
Les renseignements que j'ai reçus étaient complets	57 %	31 %	9 %	2 %	< 1 %	7,6
Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation	60 %	28 %	9 %	2 %	< 1 %	7,6
Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre	59 %	32 %	8 %	2 %	-	7,6
Le service offert par l'Agence était facile à accéder	55 %	32 %	12 %	< 1 %	-	7,1
Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun	53 %	31 %	15 %	1 %	-	7,0

D-5. Veuillez maintenant me dire si vous êtes en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants par rapport à cette expérience de service, en utilisant une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 signifie que vous êtes tout à fait d'accord. Veuillez indiquer « pas applicable » si un énoncé ne s'applique pas à votre expérience de service.

Un calcul d'indice a été établi pour évaluer les perceptions de la confiance à l'égard de l'Agence en fonction des indicateurs suivants :

Indice de satisfaction à l'égard du service = SOMME (« Le service offert par l'Agence était facile à accéder » + « Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun » + « Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts » + « Les renseignements que j'ai reçus étaient complets » + « Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre » + « Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation » + « Le représentant de l'Agence était professionnel » + « Le représentant de l'Agence était poli ») / 8

L'évaluation des cotes globales de l'indice de satisfaction à l'égard du service permet de constater que plus de la moitié des intermédiaires fiscaux (53 %) ont attribué une cote d'accord élevée (cotes de 8 à 10), tandis que plus de deux sur cinq (41 %) sont comptabilisés comme ayant attribué une cote neutre (cotes de 4 à 7). Moins de 1 répondant sur 10 (7 %) a attribué une cote d'accord faible (cotes de 1 à 3). Le calcul

de l'indice de satisfaction à l'égard du service permet d'établir une cote d'accord moyenne de 7,1, soit une cote neutre, pour les Canadiens.

Tableau 48. Calculs de l'indice de satisfaction à l'égard du service

Base : (Intermédiaires fiscaux) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année, que ce soit en ligne, par téléphone ou en personne (n=299)

Cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service	Total (n=299)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=184)	En activité depuis plus de 10 ans (n=111)	Inscrit au service Représenter un client (n=102)	Non inscrit au service Représenter un client (n=38)
8 à 10	53 %	54 %	50 %	54 %	58 %
4 à < 8	41 %	41 %	41 %	40 %	39 %
1 à < 4	7 %	5 %	9 %	6 %	3 %
Moyenne	7,1	7,2	7,0	7,2	7,4

Les intermédiaires fiscaux dont le but de la communication la plus récente était d'obtenir des renseignements après la production de déclarations de revenus d'entreprise (7,5), d'effectuer un paiement (7,5), de demander des renseignements généraux (7,4) ou d'obtenir des précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence (7,2) ont attribué des cotes plus élevées, en moyenne, que ceux qui tentaient de régler un différend (6,4).

En plus de calculer une cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service, on a demandé aux répondants qui avaient interagi avec l'Agence au cours de la dernière année d'évaluer leur satisfaction globale à l'égard de la qualité du service reçu. Près de trois répondants sur cinq (57 %) ont attribué une cote d'accord élevée (cotes de 8 à 10), tandis que plus du tiers (35 %) sont comptabilisés comme ayant attribué une cote neutre (cotes de 4 à 7). Moins de 1 répondant sur 10 (8 %) a attribué une cote d'accord faible (cotes de 1 à 3), ce qui permet d'établir une cote d'accord moyenne de 7,3, soit une cote neutre, pour les intermédiaires fiscaux canadiens.

Tableau 49. Satisfaction globale à l'égard de la qualité du service au cours de la communication la plus récente

Base : (Intermédiaires fiscaux) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n=344)

Satisfaction globale à l'égard du service	Total (n=344)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=213)	En activité depuis plus de 10 ans (n=127)	Inscrit au service Représenter un client (n=120)	Non inscrit au service Représenter un client (n=44)
8 à 10	57 %	59 %	54 %	58 %	59 %
4 à < 8	35 %	35 %	34 %	34 %	39 %
1 à < 4	8 %	6 %	12 %	8 %	2 %
Je ne sais pas	-	-	-	-	-
Moyenne	7,3	7,5	7,1	7,5	7,7

D-6. Quel est votre niveau de satisfaction concernant la qualité globale du service que vous avez reçu lors de votre dernière communication avec l'Agence du revenu du Canada? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait insatisfait et 10 signifie que vous êtes tout à fait satisfait.

Voici d'autres comparaisons entre les sous-groupes en ce qui concerne la satisfaction globale à l'égard du service :

- Les intermédiaires fiscaux dont la plus récente communication avec l'Agence s'est déroulée en ligne ont attribué une cote de satisfaction globale à l'égard du service plus élevée que ceux qui ont utilisé le téléphone (7,9 contre 7,1).
- Les intermédiaires fiscaux canadiens qui ont attribué une bonne cote de rendement global (cotes de 8 à 10) [8,9] ont attribué une cote de satisfaction globale à l'égard du service plus élevée que ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [6,4] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [3,6].

On a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens qui avaient contacté l'Agence au cours de la dernière année si celle-ci avait réussi à répondre à leurs besoins lors de leur communication la plus récente. Plus de 4 intermédiaires fiscaux sur 5 (82 %) estiment que l'Agence a répondu à leurs besoins, tandis que plus de 1 sur 10 (15 %) n'est pas de cet avis.

Tableau 50. Besoins satisfaits lors de la communication la plus récente parmi les répondants qui ont communiqué avec l'Agence

Base : (Intermédiaires fiscaux) Répondants qui ont communiqué avec l'Agence au cours de la dernière année (n=281)

Besoins satisfaits lors de la communication avec l'Agence	Total (n=281)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=175)	En activité depuis plus de 10 ans (n=102)	Inscrit au service Représenter un client (n=98)	Non inscrit au service Représenter un client (n=34)
Oui	82 %	84 %	79 %	82 %	82 %
Non	15 %	14 %	17 %	15 %	15 %
Je ne sais pas	3 %	2 %	4 %	3 %	3 %

D-6a. Avez-vous obtenu de l'Agence du revenu du Canada ce dont vous aviez besoin à ce moment-là?

Les intermédiaires fiscaux qui ont communiqué en ligne avec l'Agence ont eu plus tendance que ceux qui l'ont fait par téléphone à indiquer que leurs besoins ont été satisfaits (93 % contre 78 %).

On a ensuite demandé aux répondants qui avaient eu une forme de communication avec l'Agence au cours de la dernière année de comparer le niveau de service à la clientèle qu'ils avaient reçu avec les services d'autres institutions financières. Environ le tiers des répondants (33 %) estiment que l'Agence offre un meilleur service que les autres institutions financières avec lesquelles ils font affaire. Plus de la moitié (52 %) estiment que le service de l'Agence est à peu près semblable, tandis que plus de 1 sur 10 (15 %) est d'avis qu'il est pire.

Tableau 51. Service à la clientèle par rapport aux expériences auprès d'autres institutions financières

Base : (Intermédiaires fiscaux) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n=344)

Expérience auprès de l'Agence	Total (n=344)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=213)	En activité depuis plus de 10 ans (n=127)	Inscrit au service Représenter un client (n=120)	Non inscrit au service Représenter un client (n=44)
Meilleur	33 %	36 %	28 %	38 %	32 %
À peu près semblable	52 %	54 %	48 %	51 %	55 %
Pire	15 %	10 %	23 %	12 %	14 %
Je ne sais pas	< 1 %	-	1 %	-	-

D-7. Selon votre expérience, diriez-vous que le niveau du service à la clientèle offert par l'Agence est meilleur, à peu près semblable ou pire que le service que vous pourriez recevoir des institutions financières avec lesquelles vous faites affaire?

Voici d'autres constatations découlant des sous-groupes pertinents :

- Les intermédiaires fiscaux qui ont communiqué avec l'Agence par courrier (46 %) ou en ligne (45 %) ont eu plus tendance que ceux qui l'ont fait par téléphone à estimer que le service reçu de l'Agence était meilleur (28 %).
- Les intermédiaires fiscaux en activité depuis plus de 10 ans ont décrit le service comme étant pire dans une plus forte proportion que ceux en activité depuis 10 ans ou moins (23 % contre 10 %).

Prestation de services

Population générale

Énoncés sur la prestation de services

On a demandé aux Canadiens d'indiquer, en fonction de leurs perceptions de l'Agence, leur niveau d'accord avec une série d'énoncés sur la prestation de services. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ».

Plus de quatre répondants sur cinq (82 %) sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que lorsqu'ils communiquent avec l'Agence par téléphone, ils sont en mesure d'être servis dans la langue officielle de leur choix. Environ les deux tiers des Canadiens conviennent que l'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (68 %) et qu'elle se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (65 %). Moins de la moitié des répondants (49 %) sont d'accord pour dire qu'ils savent comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels ils ont droit.

En ce qui concerne les indicateurs liés au service, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour l'énoncé « Lorsque je communique avec l'Agence par téléphone, je suis en mesure d'être servi dans la langue officielle de mon choix » (9,2), tandis que le niveau d'accord le plus faible est associé à l'énoncé « Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels j'ai droit » (6,9).

Les indicateurs suivants font l'objet d'un niveau d'accord moyen élevé (cotes de 8 à 10) :

- lorsque je communique avec l'Agence par téléphone, je suis en mesure d'être servi dans la langue officielle de mon choix (9,2);
- l'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (8,1).

Les autres indicateurs font l'objet d'un niveau d'accord moyen modéré (cotes de 4 à 7) :

- l'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (7,8);
- je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels j'ai droit (6,9).

Tableau 52. Perceptions du service

Base : (Population générale) Échantillon fractionné, module de service (n=1 202)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Lorsque je communique avec l'Agence par téléphone, je suis en mesure d'être servi dans la langue officielle de mon choix, c'est-à-dire le français ou l'anglais	82 %	7 %	3 %	8 %	9,2
L'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude jusqu'à preuve du contraire	68 %	23 %	5 %	4 %	8,1
L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit	65 %	24 %	7 %	5 %	7,8
Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels j'ai droit	49 %	33 %	14 %	4 %	6,9

E-5. Je vais maintenant vous lire quelques énoncés. Pour chacun, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « tout à fait en désaccord » et 10 signifie « tout à fait d'accord ».

En ce qui concerne les divers indicateurs de service, les comparaisons entre les sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- En général, les Canadiens vivant au Québec ont attribué, en moyenne, une cote plus élevée que ceux vivant dans les provinces atlantiques, en Ontario, au Manitoba, en Saskatchewan, en Alberta ou en Colombie-Britannique dans le cas des indicateurs suivants :
 - l'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (8,7 contre 7,64, 7,6, 7,9, 7,4 et 7,5);
 - l'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude jusqu'à preuve du contraire (8,6 contre 7,8, 8,1, 8,1, 7,7 et 7,9).
- Les répondants qui ne sont pas en situation de handicap sont d'accord pour dire qu'ils sont en mesure d'être servis dans la langue officielle de leur choix dans une plus forte proportion que ceux qui sont en situation de handicap (9,3 contre 8,9).
- Les répondants qui ont indiqué avoir produit leur déclaration de revenus eux-mêmes ont eu plus tendance que ceux qui ont reçu de l'aide à convenir qu'ils savent comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels ils ont droit (7,7 contre 6,6).
- Lorsqu'on a demandé aux répondants si l'Agence se tenait responsable des renseignements écrits qu'elle fournissait, ceux nés à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que ceux nés au Canada (8,3 contre 7,7 %).
- Les Canadiens dont la source de revenus est leur employeur conviennent que l'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit dans une plus forte proportion que les propriétaires d'entreprise ou les associés (7,9 contre 6,9).

- Les répondants qui sont inscrits au service Mon dossier ont eu plus tendance que ceux qui ne le sont pas à être d'accord avec les indicateurs de service suivants :
 - ils ont été servis dans la langue officielle de leur choix (9,4 contre 8,9);
 - ils savaient comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels ils avaient droit (7,3 contre 6,2).

Inscription aux services en ligne

On a demandé aux Canadiens de préciser s'ils étaient actuellement inscrits au portail fiscal sécurisé Mon dossier de l'Agence. Près des deux tiers des répondants (65 %) ont utilisé le service Mon dossier de l'Agence, tandis que plus du quart (29 %) ne l'ont pas fait.

Tableau 53. Inscription au service en ligne Mon dossier de l'Agence

Base : (Population générale) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n=1 202)

Inscrit au service Mon dossier	Total (n=1 202)	ATL (n=134)	QC (n=268)	ON/ NU (n=404)	MB/ SK (n=133)	AB/ NT (n=113)	BC/ YT (n=150)	18 – 24 (n=41)	25 – 34 (n=112)	35 – 49 (n=243)	50 – 64 (n=343)	65+ (n=459)
Oui	65 %	61 %	63 %	67 %	67 %	74 %	59 %	67 %	78 %	77 %	61 %	44 %
Non	29 %	32 %	33 %	27 %	30 %	21 %	34 %	29 %	16 %	20 %	32 %	48 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	6 %	7 %	4 %	6 %	4 %	6 %	7 %	4 %	6 %	4 %	6 %	8 %

E-6. Vous êtes-vous inscrit au service en ligne Mon dossier de l'Agence? Mon dossier est un service en ligne qui vous permet entre autres de faire le suivi de votre remboursement, de visualiser ou de modifier votre déclaration, de vérifier les versements de vos prestations et de vos crédits, d'afficher votre plafond de cotisation à un REER, d'effectuer un dépôt direct, et de recevoir du courrier électronique.

Voici d'autres constatations pertinentes concernant divers sous-groupes :

- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [73 %] avaient plus tendance à être inscrits au service Mon dossier que ceux qui ont indiqué que le rendement était neutre (cotes de 4 à 7) [62 %] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [60 %].
- Ceux qui ont eu une communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois sont inscrits au service Mon dossier dans une plus forte proportion que ceux qui n'en ont pas eu (78 % contre 61 %).
- Les Canadiens qui ont eu une communication en ligne avec l'Agence au cours de la dernière année (94 %) ont plus tendance à être inscrits au service Mon dossier que ceux qui ont eu une communication par téléphone (75 %) ou par courrier (70 %) avec l'Agence.

- Les répondants qui sont en situation de handicap ont plus tendance que ceux qui ne le sont pas à ne pas être inscrits au service Mon dossier (27 % contre 43 %).
- Les Canadiens dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ sont inscrits au service Mon dossier dans une plus faible proportion (42 %) que ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (29 %), de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (22 %) ou de 150 000 \$ et plus (21 %).
- Les répondants qui ont indiqué avoir produit leur déclaration de revenus eux-mêmes ont plus tendance à être inscrits que ceux qui ont reçu de l'aide (83 % contre 60 %).
- Les Canadiens vivant en Alberta ont plus tendance à être inscrits que ceux vivant en Colombie-Britannique (74 % contre 59 %).
- Ceux âgés de 18 à 24 ans (67 %), de 25 à 34 ans (78 %), de 35 à 49 ans (77 %) et de 50 à 64 ans (61 %) sont inscrits dans de plus fortes proportions que ceux âgés de 65 ans ou plus (44 %).
- Les Canadiens qui ont fait des études universitaires (74 %) ont plus tendance à être inscrits que ceux qui ont un diplôme d'une école de métiers ou d'un collège (65 %), ou un diplôme d'études secondaires (49 %).
- Les répondants autochtones ont plus tendance que les répondants non autochtones à ne pas être inscrits (28 % contre 49 %).

Petites et moyennes entreprises (PME)

Confiance sans aide externe

On a demandé aux entreprises canadiennes qui avaient eu recours à un service externe de préparation de déclarations de revenus d'indiquer leur niveau de confiance dans leur capacité de traiter leurs déclarations de revenus sans aide externe. Les répondants ont indiqué leur niveau de confiance sur une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « aucune confiance » et 10, « beaucoup de confiance ».

Plus de une PME sur cinq (21 %) a indiqué un niveau élevé de confiance (cotes de 8 à 10), tandis qu'environ le tiers (33 %) ont indiqué un niveau modéré de confiance (cotes de 4 à 7). Plus de deux répondants sur cinq (44 %) ont décrit un faible niveau de confiance (cotes de 1 à 3) dans la capacité de leur entreprise à traiter ses déclarations de revenus sans aide externe. Il est ainsi possible d'établir une cote de confiance moyenne de 4,5, soit une cote neutre.

Tableau 54. Confiance dans la capacité de traiter les déclarations de revenus d'entreprise sans aide extérieure

Base : (PME) Échantillon fractionné, module de service, répondants qui ont eu recours à un service externe de préparation de déclarations de revenus (n=158)⁹

Cote de confiance	Total (n=158)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=78)	En activité depuis plus de 10 ans (n=78)	Entreprise individuelle (n=105)	Société de personnes (n=5)	Constituée en société (n=41)
8 à 10	21 %	21 %	21 %	19 %	60 %	20 %
4 à 7	33 %	30 %	36 %	30 %	20 %	46 %
1 à 3	44 %	47 %	42 %	50 %	-	34 %
Je ne sais pas	2 %	3 %	1 %	2 %	20 %	-
Moyenne	4,5	4,3	4,5	4,1	8,8	4,9

E-1. Vous avez indiqué plus tôt que vous avez utilisé un service de préparation de déclarations de revenus externe pour vous aider à préparer votre dernière déclaration de revenus. Quel serait votre niveau de confiance si on vous demandait de préparer et de soumettre les déclarations pour votre entreprise sans de l'aide externe? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous n'auriez aucune confiance et 10 signifie que vous auriez beaucoup de confiance.

Préférences quant aux interactions avec l'Agence

On a ensuite demandé aux entreprises de décrire comment elles souhaiteraient recevoir le service ou les renseignements lorsqu'elles ont besoin de renseignements de base de la part de l'Agence. Près de la moitié des PME (46 %) ont indiqué qu'elles consulteraient les pages de l'impôt du site Web Canada.ca, tandis que plus de une sur cinq (21 %) préférerait communiquer avec l'Agence par téléphone. Plus de 1 entreprise sur 10 communiquerait avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne (11 %) ou lui enverrait un courriel (11 %). Parmi les autres réponses, mentionnons les suivantes : demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence (4 %); envoyer une lettre à l'Agence (2 %); envoyer une télécopie à l'Agence (2 %); communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux (1 %).

⁹ Mise en garde : Sous-groupes d'échantillon de petite taille.

Tableau 55. Source de service privilégiée pour des renseignements de base

Base : (PME) Échantillon fractionné, module de service, tous les répondants (n=375)

Source privilégiée pour des renseignements de base	Total (n=375)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=191)	En activité depuis plus de 10 ans (n=178)	Entreprise individuelle (n=251)	Société de personnes (n=33)	Constituée en société (n=76)
Consulter les pages de l'impôt du site Web Canada.ca	46 %	47 %	45 %	43 %	52 %	50 %
Communiquer avec l'Agence par téléphone	21 %	19 %	21 %	22 %	15 %	22 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	11 %	14 %	8 %	12 %	15 %	9 %
Envoyer un courriel à l'Agence	11 %	9 %	13 %	11 %	12 %	12 %
Demander au conseiller financier ou au comptable de communiquer avec l'Agence	4 %	5 %	4 %	4 %	-	4 %
Envoyer une lettre à l'Agence	2 %	2 %	2 %	1 %	6 %	-
Envoyer une télécopie à l'Agence	2 %	1 %	3 %	2 %	-	-
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	1 %	2 %	-	1 %	-	3 %
H&R Block	< 1 %	-	1 %	< 1 %	-	-
Je ne sais pas	2 %	1 %	3 %	3 %	-	-

E-2. Vous verrez maintenant des situations où vous pourriez avoir à traiter avec l'Agence. Pour chacune, indiquez comment vous SOUHAITERIEZ recevoir le service ou les renseignements de l'Agence. Si vous vouliez des renseignements de base, que feriez-vous?

Voici d'autres comparaisons entre les sous-groupes en ce qui concerne la réception de renseignements généraux :

- Les entreprises exploitées en Alberta ont plus tendance à consulter les pages de l'impôt du site Web Canada.ca que celles exploitées au Québec (55 % contre 35 %).
- Les répondants de 25 à 34 ans ont plus tendance que ceux de 35 à 49 ans, de 50 à 64 ans ou de 65 ans ou plus à utiliser les options en ligne suivantes :
 - communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne (23 % contre 10 %, 9 % et 5 %);
 - communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux (7 % contre < 1 %, 0 % et 0 %).

On a ensuite demandé aux entreprises de décrire comment elles souhaiteraient recevoir le service ou les renseignements lorsqu'elles ont besoin de précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence. Plus de la moitié des PME (53 %) ont précisé qu'elles préféreraient communiquer avec l'Agence par téléphone. Plus de 1 entreprise sur 10 communiquerait avec l'Agence par courriel (14 %) ou demanderait à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence (10 %). Près de 1 PME sur 10 consulterait les pages de l'impôt du site Web Canada.ca (9 %) ou utiliserait une fonction de clavardage en ligne (8 %). Parmi les autres réponses, mentionnons les suivantes : envoyer une lettre à l'Agence (4 %); communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux (1 %); envoyer une télécopie à l'Agence (1 %).

Tableau 56. Source privilégiée du service ou des renseignements pour obtenir des précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence

Base : (PME) Échantillon fractionné, module de service, tous les répondants (n=375)

Source privilégiée pour obtenir des précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence	Total (n=375)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=191)	En activité depuis plus de 10 ans (n=178)	Entreprise individuelle (n=251)	Société de personnes (n=33)	Constituée en société (n=76)
Communiquer avec l'Agence par téléphone	53 %	52 %	55 %	50 %	58 %	65 %
Envoyer un courriel à l'Agence	14 %	17 %	10 %	13 %	24 %	9 %
Demander au conseiller financier ou au comptable de communiquer avec l'Agence	10 %	9 %	11 %	9 %	-	15 %

Consulter les pages de l'impôt du site Web Canada.ca	9 %	9 %	8 %	10 %	6 %	5 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	8 %	7 %	8 %	8 %	12 %	4 %
Envoyer une lettre à l'Agence	4 %	3 %	4 %	5 %	-	1 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	1 %	1 %	-	1 %	-	-
Envoyer une télécopie à l'Agence	1 %	1 %	1 %	1 %	-	1 %
Je ne sais pas	2 %	1 %	3 %	3 %	-	-

E-2. Vous verrez maintenant des situations où vous pourriez avoir à traiter avec l'Agence. Pour chacune, indiquez comment vous SOUHAITERIEZ recevoir le service ou les renseignements de l'Agence. Si vous aviez besoin de précisions sur des renseignements que l'Agence vous a envoyés, que feriez-vous?

Voici d'autres comparaisons entre les sous-groupes en ce qui concerne la réception de précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence :

- Les femmes ont eu plus tendance que les hommes à sélectionner « Envoyer un courriel à l'Agence » (18 % contre 9 %).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins ont eu plus tendance à sélectionner « Envoyer un courriel à l'Agence » que celles en activité depuis plus de 10 ans (17 % contre 10 %).
- Les entreprises qui ont été décrites comme des sociétés de personnes ont sélectionné « Envoyer un courriel à l'Agence » dans une plus forte proportion que les entreprises constituées en société (24 % contre 9 %).
- Les entreprises constituées en société ont sélectionné « Communiquer avec l'Agence par téléphone » dans une plus forte proportion que les entreprises à propriétaire unique (64 % contre 50 %).
- Les entreprises qui ont recours à des ressources internes pour produire leurs déclarations de revenus ont eu plus tendance à sélectionner « Visiter les pages d'impôts sur le site Web Canada.ca » que celles qui utilisent un service externe de préparation de déclarations de revenus (16 % contre 4 %).

On a ensuite demandé aux entreprises de décrire comment elles souhaiteraient recevoir le service ou les renseignements lorsqu'elles ont besoin d'aide concernant une situation fiscale personnelle. Près de la moitié des PME (46 %) ont précisé qu'elles préféreraient communiquer avec l'Agence par téléphone. Plus de 1 entreprise sur 10 demanderait à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence (16 %), consulterait les pages de l'impôt du site Web Canada.ca (12 %) ou enverrait un courriel à l'Agence (10 %). Près de 1 sur 10 (8 %) utiliserait une fonction de clavardage en ligne et, parmi les autres réponses, mentionnons l'envoi à l'Agence d'une lettre (3 %) ou d'une télécopie (1 %).

Tableau 57. Source de service privilégiée pour obtenir de l'aide concernant une situation fiscale personnelle

Base : (PME) Échantillon fractionné, module de service, tous les répondants (n=375)

Source privilégiée pour obtenir de l'aide concernant une situation fiscale personnelle	Total (n=375)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=191)	En activité depuis plus de 10 ans (n=178)	Entreprise individuelle (n=251)	Société de personnes (n=33)	Constituée en société (n=76)
Communiquer avec l'Agence par téléphone	46 %	47 %	46 %	44 %	46 %	51 %
Demander au conseiller financier ou au comptable de communiquer avec l'Agence	16 %	15 %	17 %	15 %	9 %	21 %
Consulter les pages de l'impôt du site Web Canada.ca	12 %	11 %	13 %	13 %	15 %	8 %
Envoyer un courriel à l'Agence	10 %	11 %	8 %	8 %	9 %	13 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	8 %	10 %	7 %	8 %	18 %	7 %
Envoyer une lettre à l'Agence	3 %	4 %	2 %	4 %	3 %	-
Envoyer une télécopie à l'Agence	1 %	-	2 %	1 %	-	-

Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	< 1 %	1 %	-	< 1 %	-	-
Autre façon	< 1 %	-	1 %	< 1 %	-	-
Je ne sais pas	4 %	3 %	5 %	6 %	-	-

E-2. Vous verrez maintenant des situations où vous pourriez avoir à traiter avec l'Agence. Pour chacune, indiquez comment vous SOUHAITERIEZ recevoir le service ou les renseignements de l'Agence. Si vous aviez besoin d'assistance sur une situation fiscale personnelle, comme les impôts dus sur un héritage, que feriez-vous?

Voici d'autres comparaisons entre les sous-groupes en ce qui concerne la réception d'aide concernant une situation fiscale personnelle :

- Les répondants qui sont inscrits à Mon dossier d'entreprise ont sélectionné « Communiquer avec l'Agence par téléphone » dans une plus forte proportion que ceux qui ne le sont pas (49 % contre 37 %).
- Les entreprises qui ont recours à des ressources internes pour produire leurs déclarations de revenus ont eu plus tendance à sélectionner « Visiter les pages d'impôts sur le site Web Canada.ca » que celles qui utilisent un service externe de préparation de déclarations de revenus (21 % contre 9 %).

Confiance à l'égard du règlement des désaccords fiscaux

En plus d'inviter les PME canadiennes à évaluer leur niveau global de confiance relativement à la préparation des déclarations de revenus d'entreprise sans aide externe, on leur a demandé d'évaluer leur niveau de confiance à l'égard du règlement de tout désaccord éventuel avec l'Agence. Les répondants ont indiqué leur niveau de confiance sur une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « aucune confiance » et 10, « beaucoup de confiance ».

Environ le tiers des PME (33 %) ont indiqué un niveau élevé de confiance (cotes de 8 à 10), tandis qu'environ la moitié (46 %) ont indiqué un niveau modéré de confiance (cotes de 4 à 7). Près de un répondant sur cinq (16 %) s'est dit peu confiant (cotes de 1 à 3) que le problème se règle. Il est ainsi possible d'établir une cote de confiance moyenne de 6,3, soit une cote neutre.

Tableau 58. Confiance perçue à l'égard du règlement des désaccords fiscaux avec l'Agence

Base : (PME) Échantillon fractionné, module de service, tous les répondants (n=375)

Cote de confiance	Total (n=375)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=191)	En activité depuis plus de 10 ans (n=178)	Entreprise individuelle (n=251)	Société de personnes (n=33)	Constituée en société (n=76)
8 à 10	33 %	30 %	35 %	32 %	36 %	38 %
4 à 7	46 %	42 %	49 %	46 %	42 %	45 %

1 à 3	16 %	21 %	11 %	16 %	18 %	12 %
Je ne sais pas	6 %	6 %	5 %	6 %	3 %	5 %
Moyenne	6,3	6,1	6,5	6,3	6,4	6,5

E-3. Si vous aviez un désaccord avec l'Agence au sujet [PME : de vos impôts d'entreprise][IF : des impôts d'un client], dans quelle mesure êtes-vous confiant que la situation se réglerait? Veuillez répondre en utilisant une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie que vous n'êtes pas du tout confiant et « 10 », que vous êtes extrêmement confiant.

En ce qui concerne la confiance, voici d'autres constatations liées aux sous-segments :

- Les entreprises exploitées en Ontario (6,7) se sont dites, en moyenne, plus confiantes à l'égard du règlement des problèmes avec l'Agence que celles exploitées au Québec (6,0) ou en Alberta (5,6).
- En général, celles qui sont inscrites au portail fiscal sécurisé Mon dossier d'entreprise ont attribué une cote de confiance moyenne plus élevée que celles qui ne le sont pas (6,5 contre 5,8).

On a demandé aux entreprises de se servir de la même échelle de confiance pour préciser la mesure dans laquelle elles étaient confiantes que le processus serait exécuté de façon équitable en cas de désaccord avec l'Agence au sujet de leurs impôts d'entreprise. Plus du tiers des PME (37 %) ont indiqué un niveau élevé de confiance (cotes de 8 à 10), tandis qu'environ la moitié (46 %) ont indiqué un niveau modéré de confiance (cotes de 4 à 7). Plus de 1 répondant sur 10 (12 %) s'est dit peu confiant (cotes de 1 à 3) que le processus serait équitable. Il est ainsi possible d'établir une cote de confiance moyenne de 6,5, soit une cote neutre.

Tableau 59. Confiance perçue à l'égard du caractère équitable du processus de règlement des désaccords fiscaux avec l'Agence

Base : (PME) Échantillon fractionné, module de service, tous les répondants (n=375)

Cote de confiance	Total (n=375)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=191)	En activité depuis plus de 10 ans (n=178)	Entreprise individuelle (n=251)	Société de personnes (n=33)	Constituée en société (n=76)
8 à 10	37 %	30 %	43 %	36 %	42 %	37 %
4 à 7	46 %	50 %	42 %	45 %	42 %	49 %
1 à 3	12 %	14 %	11 %	12 %	12 %	11 %
Je ne sais pas	5 %	6 %	5 %	6 %	3 %	4 %
Moyenne	6,5	6,3	6,8	6,5	6,8	6,5

E-4. Et quelle que soit la façon dont le désaccord est résolu, dans quelle mesure êtes-vous confiant que le processus serait exécuté de façon équitable?

En ce qui concerne la confiance, voici des constatations pertinentes liées aux sous-segments :

- Les entreprises exploitées en Ontario se sont dites, en moyenne, plus confiantes à l'égard du caractère équitable du processus de règlement des désaccords que celles exploitées en Alberta (6,8 contre 5,8).
- En général, les entreprises dont la plus récente communication avec l'Agence s'est déroulée en ligne ont attribué, en moyenne, une cote plus élevée que celles qui ont utilisé le téléphone (7,6 contre 6,2).
- En général, celles qui sont inscrites au portail fiscal sécurisé Mon dossier d'entreprise ont attribué une cote de confiance moyenne plus élevée que celles qui ne le sont pas (6,8 contre 5,9).

Énoncés sur la prestation de services

On a demandé aux entreprises d'indiquer, en fonction de leurs perceptions de l'Agence, leur niveau d'accord avec une série d'énoncés sur la prestation de services. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ».

Plus de quatre répondants sur cinq (81 %) sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que lorsqu'ils communiquent avec l'Agence par téléphone, ils sont en mesure d'être servis dans la langue officielle de leur choix. Plus de la moitié des entreprises conviennent que l'Agence présume que les entreprises déclarent leurs impôts avec exactitude (55 %) et qu'elle se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (50 %). Plus de deux répondants sur cinq (44 %) conviennent que l'Agence offre des services en ligne qui répondent à leurs besoins, tandis que plus du tiers sont d'accord pour dire qu'ils savent comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels leur entreprise a droit (35 %) et se sentent bien informés des services offerts par l'Agence (33 %).

En ce qui concerne les indicateurs liés au service, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour l'énoncé « Lorsque je communique avec l'Agence par téléphone, je suis en mesure d'être servi dans la langue officielle de mon choix » (9,0), tandis que le niveau d'accord le plus faible est associé à l'énoncé « Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence » (6,2).

Les indicateurs suivants font l'objet d'un niveau d'accord moyen élevé (cotes de 8 à 10) :

- lorsque je communique avec l'Agence par téléphone, je suis en mesure d'être servi dans la langue officielle de mon choix (9,0).

Les autres indicateurs font l'objet d'un niveau d'accord moyen modéré (cotes de 4 à 7) :

- l'Agence présume que les entreprises déclarent leurs impôts avec exactitude (7,4);
- l'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (7,3);
- l'Agence offre des services en ligne qui répondent à vos besoins (6,9);
- je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mon entreprise a droit (6,2);

- je me sens bien informé des services offerts par l'Agence (6,2).

Tableau 60. Perceptions du service

Base : (PME) Échantillon fractionné, module de service, tous les répondants (n=375)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Lorsque je communique avec l'Agence par téléphone, je suis en mesure d'être servi dans la langue officielle de mon choix, c'est-à-dire le français ou l'anglais	81 %	13 %	2 %	5 %	9,0
L'Agence présume que les entreprises déclarent leurs impôts avec exactitude jusqu'à preuve du contraire	55 %	30 %	8 %	7 %	7,4
L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit	50 %	27 %	9 %	14 %	7,3
L'Agence offre des services en ligne qui répondent à vos besoins	44 %	40 %	9 %	7 %	6,9
Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mon entreprise a droit	35 %	43 %	17 %	5 %	6,2
Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence	33 %	48 %	15 %	4 %	6,2

E-5. Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « tout à fait en désaccord » et 10 signifie « tout à fait d'accord ».

Voici d'autres constatations pertinentes concernant divers sous-groupes :

- En général, pour l'énoncé « Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt », les répondants qui ont recours à des ressources internes pour produire leurs déclarations de revenus ont attribué une cote moyenne plus élevée que ceux qui utilisent un service externe de préparation de déclarations de revenus (6,9 contre 5,7).
- En ce qui concerne l'énoncé « L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit », les entreprises en activité depuis plus de 10 ans ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles en activité depuis 10 ans ou moins (7,6 contre 7,0).
- Pour ce qui est de l'énoncé « L'Agence offre des services en ligne qui répondent à vos besoins », celles qui n'ont eu aucune communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles qui en ont eu une (7,4 contre 6,5).

Inscription aux services en ligne

On a demandé aux entreprises canadiennes de préciser si elles étaient actuellement inscrites au portail fiscal sécurisé Mon dossier d'entreprise de l'Agence. Plus de la moitié des PME (53 %) ont utilisé le service

Mon dossier d'entreprise de l'Agence, tandis que près du tiers (30 %) ne l'ont pas fait. Près de une PME sur cinq (17 %) a indiqué qu'elle n'était pas certaine d'être inscrite au portail fiscal sécurisé de l'Agence, ou a refusé de répondre.

Tableau 61. Inscription au service en ligne Mon dossier d'entreprise de l'Agence

Base : (PME) Échantillon fractionné, module de service, tous les répondants (n=375)

Inscription à Mon dossier d'entreprise	Total (n=375)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=191)	En activité depuis plus de 10 ans (n=178)	Entreprise individuelle (n=251)	Société de personnes (n=33)	Constituée en société (n=76)
Oui	53 %	46 %	60 %	46 %	46 %	75 %
Non	30 %	34 %	27 %	35 %	33 %	15 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	17 %	21 %	13 %	19 %	21 %	11 %

E-6. Vous êtes-vous inscrit au service en ligne [PME : Mon dossier d'entreprise][IF : Représenter un client] de l'Agence?

En ce qui concerne l'inscription des entreprises au portail fiscal sécurisé Mon dossier d'entreprise, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- Les entreprises exploitées au Québec (63 %), en Colombie-Britannique (56 %) et en Ontario (52 %) ont plus tendance à être inscrites que celles exploitées en Alberta (33 %).
- Les répondants qui sont en situation de handicap ne sont pas inscrits dans une aussi forte proportion que ceux qui ne sont pas en situation de handicap (45 % contre 28 %).
- Les entreprises en activité depuis plus de 10 ans ont plus tendance à être inscrites que celles en activité depuis 10 ans ou moins (60 % contre 46 %).
- Les entreprises qui ont indiqué avoir eu recours à un service externe de préparation de déclarations de revenus ont plus tendance à être inscrites que celles qui ont eu recours à des ressources internes (57 % contre 43 %).
- Les entreprises constituées en société (75 %) sont inscrites dans une plus forte proportion que les entreprises individuelles (46 %) ou les sociétés de personnes (45 %).

On a demandé aux entreprises canadiennes interrogées dont la plus récente communication avec l'Agence s'était déroulée par téléphone de décrire la raison pour laquelle elles n'avaient pas utilisé le portail fiscal sécurisé Mon dossier d'entreprise. Près du tiers des répondants (29 %) ont mentionné l'accès à l'information, et près de un sur cinq (17 %) a précisément indiqué la nécessité d'obtenir des précisions

sur les renseignements reçus de l'Agence. Près du tiers des PME (29 %) ont décrit diverses perceptions de préoccupations liées à la sécurité ou à la protection des renseignements personnels en lien avec l'utilisation du portail en ligne, tandis que plus du quart (26 %) ont mentionné la commodité de communiquer avec l'Agence par téléphone. Parmi les autres réponses, mentionnons divers besoins en matière de services (17 %) et des difficultés à accéder au portail en ligne (7 %).

Tableau 62. Raison d'avoir communiqué avec l'Agence par téléphone au lieu d'avoir utilisé le service en ligne Mon dossier d'entreprise

Base : (PME) Échantillon fractionné, module de service, répondants qui ont communiqué avec l'Agence par téléphone (n=44)

Raisons de l'appel	Total (n=44)
Renseignements (réseau)	29 %
Il est beaucoup plus facile d'obtenir ou de rassembler les bons renseignements	5 %
Je n'ai pas pu obtenir les bons renseignements au moyen de Mon dossier d'entreprise	7 %
Je n'ai pas pu trouver de réponses sur le site Web	2 %
Précisions (sous-réseau)	17 %
Je voulais des précisions approfondies sur des demandes de renseignements ou des réponses claires	10 %
Meilleure compréhension ou plus d'explications	7 %
Sécurité ou protection des renseignements personnels (réseau)	29 %
Demande de renseignements délicate et nécessitant une attention personnelle (impôts, entreprise, prestations, etc.)	21 %
La question concerne des factures, un paiement ou des affaires financières	5 %
C'est plus fiable ou sécurisé	2 %
Commodité (réseau)	26 %
C'était plus pratique, plus facile ou plus simple	10 %
J'aime mieux parler à un humain qu'utiliser un service en ligne ou une fonction de clavardage	12 %
Je veux une transaction plus rapide	12 %
Divers (réseau)	17 %
On m'a demandé d'appeler, un appel est nécessaire ou je ne fais que rappeler	12 %
C'est plus efficace ou efficient	5 %
Accès (réseau)	7 %
J'ai de la difficulté à accéder au site ou mon compte a été verrouillé	7 %
Le téléphone est la méthode la plus accessible	2 %
Autre	10 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	2 %

E-7. Vous avez indiqué plus tôt que votre dernier contact était par téléphone. Quelle est la principale raison pour laquelle vous avez décidé d'appeler au lieu d'utiliser le portail [PME : Mon dossier d'entreprise][IF : Représenter un client]?

Processus liés à l'impôt des entreprises

On a demandé aux entreprises canadiennes de décrire la façon dont elles traitaient les lettres de l'Agence qui leur étaient adressées. Environ les deux tiers des répondants (66 %) ont indiqué assumer la responsabilité de lire et de traiter les lettres reçues de l'Agence. Près du tiers (32 %) liraient personnellement la lettre et la remettraient à leur comptable ou à leur service financier aux fins de traitement. Peu d'entreprises ont indiqué remettre les lettres reçues à leur comptable ou à leur service financier sans lire personnellement les communications de l'Agence (1 %).

Tableau 63. Processus de réception des lettres de l'Agence adressées à l'entreprise

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n=375)

Processus de réception d'une lettre	Total (n=375)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=191)	En activité depuis plus de 10 ans (n=178)	Entreprise individuelle (n=251)	Société de personnes (n=33)	Constituée en société (n=76)
Je la lirais et m'en occuperais moi-même	66 %	66 %	65 %	69 %	76 %	57 %
Je la lirais et la donnerais à mon comptable ou à mon service financier pour qu'il s'en occupe	32 %	33 %	32 %	30 %	21 %	42 %
Je la donnerais à mon comptable ou à mon service financier sans la lire	1 %	-	2 %	< 1 %	3 %	1 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	1 %	1 %	1 %	1 %	-	-

EB-8. Si vous receviez une lettre de l'Agence adressée à votre entreprise, que seriez-vous le plus susceptible de faire?

Voici d'autres constatations découlant des sous-groupes en ce qui concerne le traitement des lettres reçues de l'Agence :

- Les entreprises à propriétaire unique ont plus tendance que les entreprises constituées en société à lire et à traiter les lettres elles-mêmes (69 % contre 57 %).
- Les répondants qui évaluent le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [71 %] traitent les lettres eux-mêmes dans une plus forte proportion que ceux dont la cote globale est neutre (cotes de 4 à 7) [65 %] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [53 %].
- Ceux qui ne sont pas inscrits au service Mon dossier d'entreprise ont plus tendance que ceux qui le sont à lire et à traiter les lettres eux-mêmes (80 % contre 64 %).

On a demandé aux répondants qui remettraient la lettre à leur comptable s'ils avaient un ou plusieurs employés dédiés qui traitaient avec l'Agence. Plus de une entreprise sur cinq (21 %) a du personnel dédié, tandis que plus des trois quarts (76 %) n'ont pas d'employés dédiés pour traiter avec l'Agence au nom de l'organisation.

Tableau 64. Employés dédiés qui traitent avec l'Agence au nom de l'organisation

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, répondants qui remettraient la lettre à leur comptable (n=123)¹⁰

Employés dédiés qui traitent avec l'Agence	Total (n=123)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=63)	En activité depuis plus de 10 ans (n=60)	Entreprise individuelle (n=75)	Société de personnes (n=8)	Constituée en société (n=33)
Oui	21 %	16 %	27 %	20 %	25 %	12 %
Non	76 %	79 %	73 %	79 %	50 %	88 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	2 %	5 %	-	1 %	25 %	-

EB-9. Votre organisation a-t-elle des employés dédiés qui traitent avec l'Agence au nom de votre organisation?

On a demandé aux entreprises canadiennes de préciser la fréquence à laquelle elles exécutaient une série d'activités opérationnelles en ligne. Près de quatre répondants sur cinq (79 %) utilisent fréquemment des services bancaires en ligne, tandis que près des deux tiers ont indiqué effectuer fréquemment des paiements en ligne (62 %). Environ la moitié des PME canadiennes ont indiqué envoyer ou recevoir fréquemment des virements électroniques (51 %), ainsi que recevoir ou envoyer fréquemment des factures par voie électronique (50 %, respectivement). Plus de deux entreprises sur cinq (43 %) ont indiqué faire fréquemment des achats en ligne, tandis que plus du tiers (37 %) maintiennent fréquemment un site Web d'entreprise.

¹⁰ Mise en garde : Sous-groupes d'échantillon de petite taille.

Tableau 65. Fréquence d'exécution d'activités opérationnelles en ligne

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n=375)

Fréquence des activités opérationnelles	Fréquemment	Parfois	Rarement	Jamais	Je ne sais pas
Services bancaires en ligne	79 %	15 %	4 %	3 %	-
Effectuer des paiements en ligne	62 %	25 %	7 %	6 %	< 1 %
Envoyer ou recevoir des transferts d'argent électronique (virements électroniques)	51 %	26 %	12 %	11 %	-
Recevoir des factures par voie électronique	50 %	28 %	9 %	11 %	< 1 %
Envoyer des factures par voie électronique	50 %	22 %	11 %	16 %	1 %
Faire des achats en ligne	43 %	35 %	16 %	6 %	< 1 %
Maintenir un site Web d'entreprise	37 %	14 %	10 %	38 %	1 %

E-10. Veuillez indiquer si votre entreprise fait chacune des activités suivantes fréquemment, parfois, rarement ou jamais.

En ce qui concerne les activités opérationnelles en ligne, voici des constatations pertinentes liées aux sous-segments :

- Dans une plus large mesure que les hommes, les femmes ont eu tendance à indiquer exécuter fréquemment les activités opérationnelles en ligne suivantes :
 - utiliser des services bancaires en ligne (83 % contre 74 %);
 - envoyer ou recevoir des transferts électroniques de fonds (57 % contre 41 %);
 - effectuer des paiements en ligne (67 % contre 56 %).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins exécutent plus fréquemment les activités suivantes que celles en activité depuis plus de 10 ans :
 - envoyer ou recevoir des transferts électroniques de fonds (57 % contre 44 %);
 - faire des achats en ligne (51 % contre 34 %).
- Les répondants qui sont inscrits au service Mon dossier d'entreprise ont tendance à exécuter plus fréquemment les activités suivantes que ceux qui ne le sont pas :
 - faire des achats en ligne (50 % contre 38 %);
 - recevoir des factures par voie électronique (59 % contre 43 %);
 - envoyer des factures par voie électronique (59 % contre 42 %).

- Ceux qui ont indiqué avoir eu une communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois ont exécuté plus fréquemment les activités suivantes que ceux qui n'en ont pas eu :
 - effectuer des paiements en ligne (72 % contre 56 %);
 - envoyer ou recevoir des transferts électroniques de fonds (61 % contre 47 %);
 - faire des achats en ligne (55 % contre 35 %);
 - maintenir un site Web d'entreprise (46 % contre 29 %).

Pages sur l'impôt du site Web du gouvernement

On a demandé aux entreprises d'indiquer si elles avaient déjà consulté le site Web Canada.ca pour obtenir des renseignements liés aux impôts. Plus des deux tiers des PME (69 %) ont indiqué avoir consulté le site pour y chercher des renseignements liés aux impôts, tandis que plus du quart (26 %) ne l'ont pas fait.

Tableau 66. Déjà consulté le site Web Canada.ca pour y chercher des renseignements liés aux impôts

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n=375)

Déjà consulté le site Web Canada.ca	Total (n=375)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=191)	En activité depuis plus de 10 ans (n=178)	Entreprise individuelle (n=251)	Société de personnes (n=33)	Constituée en société (n=76)
Oui	69 %	76 %	62 %	67 %	88 %	67 %
Non	26 %	19 %	32 %	28 %	9 %	26 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	5 %	5 %	6 %	5 %	3 %	7 %

E-11. Avez-vous déjà consulté les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca pour y chercher des renseignements liés aux impôts?

En ce qui concerne l'utilisation du site Web Canada.ca, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- Les entreprises exploitées au Québec (37 %) ont plus tendance à ne pas avoir utilisé le site que celles exploitées en Ontario (24 %) ou en Alberta (18 %).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins ont indiqué avoir consulté le site dans une plus forte proportion que celles en activité depuis plus de 10 ans (76 % contre 62 %).
- Les sociétés de personnes ont plus tendance à avoir consulté le site que les entreprises constituées en société et les entreprises à propriétaire unique (88 % contre 67 %, respectivement).

- Les entreprises qui utilisent des ressources internes pour produire leurs déclarations de revenus ont plus tendance à avoir consulté le site que celles qui utilisent des services externes de préparation de déclarations de revenus (81 % contre 60 %).
- Celles qui ont indiqué avoir eu une communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois ont plus tendance à avoir consulté le site que celles qui n'en ont pas eu (77 % contre 65 %).

On a demandé aux entreprises qui avaient consulté le site Web Canada.ca pour y chercher des renseignements liés aux impôts d'indiquer leur niveau d'accord avec une série d'indicateurs liés au site Web. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « Tout à fait en désaccord » et 10, « Tout à fait en accord ». Plus de deux répondants sur cinq (43 %) sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que le site Web fournit les renseignements dont ils ont besoin. Environ le tiers des entreprises conviennent que les renseignements fournis étaient faciles à comprendre (36 %) et à trouver (32 %).

En ce qui concerne les indicateurs liés au site, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour la capacité de finir par obtenir les renseignements nécessaires (6,8), tandis que le niveau d'accord le plus faible est associé à la facilité de trouver les renseignements (6,1).

Chaque indicateur fait l'objet d'un niveau d'accord moyen modéré (cotes de 4 à 7) :

- le site Web a fourni les renseignements nécessaires (6,8);
- les renseignements fournis étaient faciles à comprendre (6,4);
- il était facile de trouver les renseignements (6,1).

Tableau 67. Perceptions du site Web Canada.ca

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, répondants qui ont consulté le site Web Canada.ca pour y chercher des renseignements liés aux impôts (n=260)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Le site Web vous fournit les renseignements dont vous avez besoin	43 %	48 %	8 %	< 1 %	6,8
Les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre	36 %	47 %	15 %	1 %	6,4
Il est facile de trouver les renseignements que je cherche	32 %	49 %	18 %	< 1 %	6,1

E-12. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord au sujet des pages sur l'impôt du site Web Canada.ca. Pour chaque énoncé, veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 signifie que vous êtes tout à fait d'accord.

En ce qui concerne les indicateurs d'évaluation du site Web, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- Les femmes ont attribué une cote moyenne plus élevée que les hommes pour l'énoncé « Les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre » (6,7 contre 6,0).
- Les entreprises exploitées en Ontario ont attribué, en moyenne, une cote plus élevée que celles exploitées en Alberta pour les indicateurs liés au site Web suivants :
 - les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre (6,7 contre 5,4);
 - il est facile de trouver les renseignements que je cherche (6,5 contre 5,2).
- Les entreprises en activité depuis plus de 10 ans ont attribué une cote moyenne plus élevée que celles en activité depuis 10 ans ou moins pour la facilité à comprendre les renseignements fournis sur le site (6,8 contre 6,1).

Fardeau en matière de production de déclarations de revenus

On a demandé aux entreprises d'indiquer leur niveau d'accord avec une série d'indicateurs liés à la perception en matière de production de déclarations de revenus. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ». Près de deux répondants sur cinq (36 %) sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire qu'au cours de la dernière année, ils ont passé moins de temps à chercher les renseignements nécessaires pour remplir les obligations fiscales de leur entreprise. Plus du quart des entreprises sont fortement d'accord pour dire que l'Agence prend en considération leurs besoins lorsqu'elle élabore des produits et des services (28 %), et que les nouveaux produits et services répondent aux impératifs liés aux affaires (23 %).

En ce qui concerne les indicateurs liés à la production de déclarations de revenus, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour l'énoncé relatif à la diminution du temps consacré à chercher les renseignements (6,6), tandis que le niveau d'accord le plus faible est associé à l'énoncé selon lequel les produits et services répondent bien aux impératifs liés aux affaires (6,3).

Chaque indicateur fait l'objet d'un niveau d'accord moyen modéré (cotes de 4 à 7) :

- j'ai mis moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin pour remplir les obligations de mon entreprise (6,6);
- l'Agence prend en considération les besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services (6,5);
- l'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent bien aux impératifs liés aux affaires (6,3).

Tableau 68. Perceptions du processus de production des déclarations de revenus d'entreprise

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n=375)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Au cours de la dernière année, j'ai mis moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin pour remplir les obligations de mon entreprise auprès de l'Agence	36 %	41 %	13 %	10 %	6,6
L'Agence prend en considération les besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services	28 %	39 %	9 %	25 %	6,5
L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent bien aux impératifs liés aux affaires	23 %	39 %	10 %	29 %	6,3

EB-13. En pensant à [PME : votre entreprise] [IF : vos clients d'entreprise], veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants.

En ce qui concerne les indicateurs liés aux déclarations de revenus d'entreprise, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- En général, pour l'énoncé « L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent bien aux impératifs liés aux affaires », les entreprises qui sont inscrites au service Mon dossier d'entreprise ont attribué une cote d'accord moyenne plus élevée que celles qui ne le sont pas (6,5 contre 5,7).
- Dans le cas des indicateurs suivants, les entreprises exploitées en Ontario ont attribué des cotes d'accord moyennes plus élevées que celles exploitées au Québec ou en Alberta :
 - au cours de la dernière année, j'ai mis moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin pour remplir les obligations de mon entreprise auprès de l'Agence (6,9 contre 5,9 et 5,9);
 - l'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent bien aux impératifs liés aux affaires (7,0 contre 5,9 et 5,0);
 - l'Agence prend en considération les besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services (6,9 contre 6,1 et 5,6).

On a demandé aux entreprises d'évaluer la mesure dans laquelle le respect de leurs obligations fiscales représentait un fardeau. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout un fardeau » et 10, « énorme fardeau ». Plus de une PME sur cinq (21 %) a indiqué un niveau élevé de fardeau (cotes de 8 à 10), tandis que plus de deux sur cinq (43 %) ont attribué une cote modérée (cotes de 4 à 7). Plus du tiers des répondants (34 %) ont indiqué que le respect des obligations de leur entreprise en matière de production de déclarations représentait un faible niveau de fardeau (cotes de 1 à 3). Il est ainsi possible d'établir une cote de confiance moyenne de 5,0, soit une cote neutre.

Tableau 69. Fardeau perçu du respect des obligations de l'entreprise en matière de production de déclarations

Base : (PME) Échantillon fractionné, module de service, tous les répondants (n=375)

Cote de fardeau	Total (n=375)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=191)	En activité depuis plus de 10 ans (n=178)	Entreprise individuelle (n=251)	Société de personnes (n=33)	Constituée en société (n=76)
8 à 10	21 %	24 %	18 %	23 %	12 %	21 %
4 à 7	43 %	42 %	43 %	40 %	55 %	43 %
1 à 3	34 %	30 %	38 %	35 %	24 %	34 %
Je ne sais pas	3 %	4 %	2 %	2 %	9 %	1 %
Moyenne	5,0	5,3	4,7	5,0	5,1	5,0

EB-14. Sur une échelle de 1 à 10, à quel point est-ce un fardeau [PME : pour votre entreprise de respecter ses obligations en matière de production de déclarations][IF : pour vous de respecter les obligations en matière de production de déclarations pour vos clients d'entreprises]?

Voici d'autres comparaisons entre les sous-groupes en ce qui concerne les cotes moyennes de fardeau :

- En général, les entreprises exploitées au Québec (5,7) ou en Colombie-Britannique (5,6) ont attribué des cotes de fardeau plus élevées, en moyenne, que celles exploitées en Alberta (4,5).
- En général, celles qui ont indiqué avoir eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année ont attribué une cote de fardeau plus élevée, en moyenne, que celles qui n'ont pas eu de communication avec l'Agence (5,5 contre 4,7).

Intermédiaires fiscaux

Préférences quant aux interactions avec l'Agence

On a demandé aux intermédiaires fiscaux de décrire comment ils souhaiteraient recevoir le service ou les renseignements lorsqu'ils ont besoin de renseignements de base de la part de l'Agence. Environ deux intermédiaires fiscaux sur cinq (40 %) ont indiqué qu'ils consulteraient les pages de l'impôt du site Web Canada.ca, tandis que plus de un sur cinq (21 %) préférerait communiquer avec l'Agence par téléphone. Plus de 1 intermédiaire fiscal sur 10 communiquerait avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne (13 %) ou lui enverrait un courriel (10 %). Parmi les autres réponses, mentionnons les suivantes : envoyer une lettre à l'Agence (6 %); communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux (6 %); envoyer une télécopie à l'Agence (1 %).

Tableau 70. Source de service privilégiée pour des renseignements de base

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné, module de service, tous les répondants (n=403)

Source privilégiée pour des renseignements de base	Total (n=403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=241)	En activité depuis plus de 10 ans (n=147)	Communication au cours des 12 derniers mois (n=185)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n=163)
Consulter les pages de l'impôt du site Web Canada.ca	40 %	39 %	41 %	34 %	45 %
Communiquer avec l'Agence par téléphone	21 %	21 %	21 %	22 %	19 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	13 %	14 %	12 %	15 %	12 %
Envoyer un courriel à l'Agence	10 %	10 %	10 %	9 %	11 %
Envoyer une lettre à l'Agence	6 %	8 %	4 %	8 %	5 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	6 %	6 %	5 %	9 %	4 %
Envoyer une télécopie à l'Agence	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
H&R Block	< 1 %	-	1 %	-	1 %
Je ne sais pas	3 %	1 %	5 %	2 %	4 %

E-2. Vous verrez maintenant des situations où vous pourriez avoir à traiter avec l'Agence. Pour chacune, indiquez comment vous SOUHAITERIEZ recevoir le service ou les renseignements de l'Agence. Si vous vouliez des renseignements de base, que feriez-vous?

Voici d'autres comparaisons entre les sous-groupes en ce qui concerne la réception de renseignements généraux :

- Les intermédiaires fiscaux exerçant leurs activités en Colombie-Britannique (56 %) ont eu plus tendance à consulter les pages de l'impôt du site Web Canada.ca que ceux vivant dans les provinces atlantiques (29 %), au Québec (34 %) ou en Ontario (40 %).

- Les répondants qui ont indiqué n’avoir eu aucune communication avec l’Agence au cours de la dernière année ont eu plus tendance à consulter le site Web Canada.ca que ceux qui en ont eu une (45 % contre 34 %).
- Ceux qui ne sont pas inscrits au service Représenter un client ont eu plus tendance que ceux qui le sont à consulter le site Web Canada.ca (45 % contre 32 %).

On a ensuite demandé aux intermédiaires fiscaux de décrire comment ils souhaiteraient recevoir le service ou les renseignements lorsqu’ils ont besoin de précisions sur des renseignements envoyés par l’Agence. Plus de deux intermédiaires fiscaux sur cinq (44 %) ont indiqué qu’ils préféreraient communiquer avec l’Agence par téléphone, tandis que près de un sur cinq (18 %) communiquerait avec l’Agence par courriel. Plus de 1 intermédiaire fiscal sur 10 communiquerait avec l’Agence au moyen d’une fonction de clavardage en ligne (11 %) ou consulterait les pages de l’impôt du site Web Canada.ca (11 %). Près de 1 intermédiaire fiscal sur 10 enverrait une lettre à l’Agence (8 %). Parmi les autres réponses, mentionnons une communication par l’intermédiaire des médias sociaux (3 %) et l’envoi d’une télécopie à l’Agence (2 %).

Tableau 71. Source privilégiée du service ou des renseignements pour obtenir des précisions sur des renseignements envoyés par l’Agence

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné, module de service, tous les répondants (n=403)

Source privilégiée pour obtenir des précisions sur des renseignements envoyés par l’Agence	Total (n=403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=241)	En activité depuis plus de 10 ans (n=147)	Communication au cours des 12 derniers mois (n=185)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n=163)
Communiquer avec l’Agence par téléphone	44 %	42 %	49 %	45 %	43 %
Envoyer un courriel à l’Agence	18 %	20 %	18 %	20 %	17 %
Communiquer avec l’Agence au moyen d’une fonction de clavardage en ligne	11 %	11 %	12 %	10 %	12 %
Consulter les pages de l’impôt du site Web Canada.ca	11 %	11 %	10 %	12 %	10 %
Envoyer une lettre à l’Agence	8 %	10 %	4 %	7 %	9 %
Communiquer avec l’Agence par l’intermédiaire des médias sociaux	3 %	3 %	3 %	5 %	1 %
Envoyer une télécopie à l’Agence	2 %	2 %	1 %	1 %	3 %

Demander au conseiller financier ou au comptable de communiquer avec l'Agence	< 1 %	< 1 %	-	-	-
Je ne sais pas	2 %	1 %	3 %	1 %	4 %

E-2. Vous verrez maintenant des situations où vous pourriez avoir à traiter avec l'Agence. Pour chacune, indiquez comment vous SOUHAITERIEZ recevoir le service ou les renseignements de l'Agence. Si vous aviez besoin de précisions sur des renseignements que l'Agence vous a envoyés, que feriez-vous?

Voici d'autres comparaisons entre les sous-groupes en ce qui concerne la réception de précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence :

- Les répondants vivant au Québec ont plus tendance à communiquer avec l'Agence par téléphone que ceux vivant en Colombie-Britannique (50 % contre 33 %).
- Les intermédiaires fiscaux qui ont communiqué en ligne avec l'Agence au cours de la dernière année ont plus tendance à avoir consulté les pages de l'impôt du site Web Canada.ca que ceux qui ont utilisé le téléphone (29 % contre 7 %).
- À l'inverse, ceux qui ont communiqué avec l'Agence par téléphone ont eu plus tendance que ceux qui l'ont fait en ligne à indiquer qu'ils appelleraient pour obtenir des précisions (55 % contre 26 %).
- Ceux qui ne sont pas inscrits au service Représenter un client ont eu plus tendance que ceux qui le sont à indiquer communiquer avec l'Agence par téléphone (49 % contre 38 %).
- À l'inverse, ceux qui sont inscrits au service Représenter un client ont plus tendance que ceux qui ne le sont pas à communiquer avec l'Agence par courriel (25 % contre 13 %).

On a ensuite demandé aux intermédiaires fiscaux de décrire comment ils souhaiteraient recevoir le service ou les renseignements lorsqu'ils ont besoin d'aide concernant une situation fiscale personnelle. Près de la moitié des intermédiaires fiscaux (49 %) ont précisé qu'ils préféreraient communiquer avec l'Agence par téléphone. Plus de 1 intermédiaire fiscal sur 10 consulterait les pages de l'impôt du site Web Canada.ca (14 %) ou communiquerait avec l'Agence par courriel (12 %). Près de 1 sur 10 utiliserait une fonction de clavardage en ligne (9 %) ou enverrait une lettre à l'Agence (9 %). Parmi les autres réponses, mentionnons les suivantes : communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux (3 %); envoyer une télécopie à l'Agence (1 %).

Tableau 72. Source de service privilégiée pour obtenir de l'aide concernant une situation fiscale personnelle

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné, module de service, tous les répondants (n=403)

Source privilégiée pour obtenir de l'aide concernant une situation fiscale personnelle	Total (n=403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=241)	En activité depuis plus de 10 ans (n=147)	Communication au cours des 12 derniers mois (n=185)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n=163)
Communiquer avec l'Agence par téléphone	49 %	49 %	52 %	51 %	48 %
Consulter les pages de l'impôt du site Web Canada.ca	14 %	13 %	15 %	11 %	15 %
Envoyer un courriel à l'Agence	12 %	12 %	10 %	13 %	12 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	9 %	11 %	6 %	7 %	11 %
Envoyer une lettre à l'Agence	9 %	9 %	9 %	10 %	8 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	3 %	3 %	2 %	5 %	1 %
Envoyer une télécopie à l'Agence	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %
H&R Block	< 1 %	-	1 %	-	1 %
Autre façon	< 1 %	< 1 %	-	-	-
Je ne sais pas	3 %	2 %	3 %	1 %	4 %

E-2. Vous verrez maintenant des situations où vous pourriez avoir à traiter avec l'Agence. Pour chacune, indiquez comment vous SOUHAITERIEZ recevoir le service ou les renseignements de l'Agence. Si vous aviez besoin d'assistance sur une situation fiscale personnelle, comme les impôts dus sur un héritage, que feriez-vous?

Confiance à l'égard du règlement des désaccords fiscaux

On a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens d'évaluer leur niveau de confiance à l'égard du règlement de tout désaccord éventuel avec l'Agence. Les répondants ont indiqué leur niveau de confiance sur une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « aucune confiance » et 10, « beaucoup de confiance ».

Plus de la moitié des intermédiaires fiscaux (52 %) ont indiqué un niveau élevé de confiance (cotes de 8 à 10), tandis que près de deux sur cinq (38 %) ont indiqué un niveau modéré de confiance (cotes de 4 à 7). Près de 1 répondant sur 10 (8 %) s'est dit peu confiant (cotes de 1 à 3) que le désaccord se règle. Il est ainsi possible d'établir une cote de confiance moyenne de 7,2, soit une cote neutre.

Tableau 73. Confiance perçue à l'égard du règlement des désaccords fiscaux avec l'Agence

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné, module de service, tous les répondants (n=403)

Cote de confiance	Total (n=403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=241)	En activité depuis plus de 10 ans (n=147)	Communication au cours des 12 derniers mois (n=185)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n=163)
8 à 10	52 %	51 %	54 %	53 %	51 %
4 à 7	38 %	45 %	33 %	39 %	35 %
1 à 3	8 %	5 %	10 %	7 %	11 %
Je ne sais pas	3 %	-	4 %	2 %	3 %
Moyenne	7,2	7,3	7,1	7,2	7,1

E-3. Si vous aviez un désaccord avec l'Agence au sujet [PME : de vos impôts d'entreprise][IF : des impôts d'un client], dans quelle mesure êtes-vous confiant que la situation se réglerait? Veuillez répondre en utilisant une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie que vous n'êtes pas du tout confiant et « 10 », que vous êtes extrêmement confiant.

En ce qui concerne la confiance, voici d'autres constatations liées aux sous-segments :

- En général, les intermédiaires fiscaux exerçant leurs activités au Québec (7,5) ou en Colombie-Britannique (7,5) ont attribué des cotes de confiance moyennes plus élevées que ceux vivant en Ontario (6,8).
- Ceux qui ont communiqué en ligne avec l'Agence au cours de la dernière année ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que ceux qui ont utilisé le téléphone (7,9 contre 7,0).

On a demandé aux répondants de se servir de la même échelle de confiance pour préciser la mesure dans laquelle ils étaient confiants que le processus serait exécuté de façon équitable en cas de désaccord avec l'Agence au sujet de leurs impôts d'entreprise. Plus de la moitié des intermédiaires fiscaux (55 %) ont indiqué un niveau élevé de confiance (cotes de 8 à 10), tandis que plus du tiers (36 %) ont indiqué un niveau modéré de confiance (cotes de 4 à 7). Moins de 1 répondant sur 10 (7 %) s'est dit peu confiant (cotes de 1 à 3) que le processus serait exécuté de façon équitable. Il est ainsi possible d'établir une cote de confiance moyenne de 7,3, soit une cote neutre.

Tableau 74. Confiance perçue à l'égard du caractère équitable du processus de règlement des désaccords fiscaux avec l'Agence

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné, module de service, tous les répondants (n=403)

Cote de confiance	Total (n=403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=241)	En activité depuis plus de 10 ans (n=147)	Communication au cours des 12 derniers mois (n=185)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n=163)
8 à 10	55 %	55 %	57 %	57 %	55 %
4 à 7	36 %	38 %	33 %	37 %	35 %
1 à 3	7 %	7 %	9 %	6 %	%
Je ne sais pas	1 %	1 %	1 %	-	3 %
Moyenne	7,3	7,3	7,2	7,4	7,2

E-4. Et quelle que soit la façon dont le désaccord est résolu, dans quelle mesure êtes-vous confiant que le processus serait exécuté de façon équitable?

Énoncés sur la prestation de services

On a demandé aux intermédiaires fiscaux d'indiquer, en fonction de leurs perceptions de l'Agence, leur niveau d'accord avec une série d'énoncés sur la prestation de services. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ».

Près des trois quarts des répondants (74 %) sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que lorsqu'ils communiquent avec l'Agence par téléphone, ils sont en mesure d'être servis dans la langue officielle de leur choix. Environ trois intermédiaires fiscaux sur cinq conviennent que l'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (60 %) et qu'elle présume que les entreprises déclarent leurs impôts avec exactitude (59 %). Plus de la moitié des intermédiaires fiscaux conviennent qu'ils savent comment accéder aux prestations et aux crédits fiscaux auxquels leurs clients ont droit (56 %), qu'ils se sentent bien informés des services offerts par l'Agence (55 %) et que l'Agence offre des services en ligne qui répondent à leurs besoins (54 %).

En ce qui concerne les indicateurs liés au service, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour l'énoncé « Lorsque je communique avec l'Agence par téléphone, je suis en mesure d'être servi dans la langue officielle de mon choix » (8,4), tandis que le niveau d'accord le plus faible est associé à l'énoncé « L'Agence offre des services en ligne qui répondent à vos besoins » (7,4).

L'indicateur suivant fait l'objet d'un niveau d'accord moyen élevé (cotes de 8 à 10) :

- lorsque je communique avec l'Agence par téléphone, je suis en mesure d'être servi dans la langue officielle de mon choix (8,4).

Les autres indicateurs font l'objet d'un niveau d'accord moyen modéré (cotes de 4 à 7) :

- je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mon entreprise a droit (7,7);
- l'Agence présume que les entreprises déclarent leurs impôts avec exactitude (7,6);
- l'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (7,6);
- je me sens bien informé des services offerts par l'Agence (7,4);
- l'Agence offre des services en ligne qui répondent à vos besoins (7,4).

Tableau 75. Perceptions du service

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné, module de service, tous les répondants (n=403)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Lorsque je communique avec l'Agence par téléphone, je suis en mesure d'être servi dans la langue officielle de mon choix, c'est-à-dire le français ou l'anglais	74 %	21 %	4 %	2 %	8,4
L'Agence présume que les entreprises déclarent leurs impôts avec exactitude jusqu'à preuve du contraire	59 %	31 %	6 %	3 %	7,6
L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit	60 %	29 %	7 %	3 %	7,6
L'Agence offre des services en ligne qui répondent à vos besoins	54 %	37 %	7 %	2 %	7,4
Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mes clients ont droit	56 %	35 %	4 %	4 %	7,7
Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence	55 %	36 %	7 %	1 %	7,4

E-5. Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « tout à fait en désaccord » et 10 signifie « tout à fait d'accord ».

Voici d'autres constatations pertinentes concernant divers sous-groupes :

- En général, pour les indicateurs suivants, les intermédiaires fiscaux en activité depuis plus de 10 ans ont attribué une cote d'accord moyenne plus élevée que ceux en activité depuis 10 ans ou moins :
 - le service offert dans la langue officielle de votre choix (8,7 contre 8,2);
 - vous savez comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt (8,0 contre 7,5).
- En général, en ce qui concerne la possibilité de recevoir le service dans la langue officielle de son choix, les répondants qui exercent leurs activités en Colombie-Britannique (9,0) ont

attribué une cote d'accord moyenne plus élevée que ceux qui exercent leurs activités au Québec (8,3) ou en Ontario (8,1).

Inscription aux services en ligne

On a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens de préciser s'ils étaient actuellement inscrits au portail fiscal sécurisé Représenter un client de l'Agence. Près de la moitié des intermédiaires fiscaux (53 %) ont utilisé le service Représenter un client de l'Agence, tandis qu'environ deux sur cinq (40 %) ne l'ont pas fait. Plus de 1 intermédiaire fiscal sur 10 (14 %) n'était pas certain d'utiliser le portail fiscal sécurisé de l'Agence ou a refusé de répondre.

Tableau 76. Inscription au service en ligne Représenter un client de l'Agence

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné, module de service, tous les répondants (n=403)

Inscription au service Représenter un client	Total (n=403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=241)	En activité depuis plus de 10 ans (n=147)	Communication au cours des 12 derniers mois (n=185)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n=163)
Oui	46 %	49 %	44 %	69 %	29 %
Non	40 %	39 %	44 %	25 %	53 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	14 %	12 %	12 %	6 %	17 %

E-6. Vous êtes-vous inscrit au service en ligne [PME : Mon dossier d'entreprise][IF : Représenter un client] de l'Agence?

En ce qui concerne l'inscription des intermédiaires fiscaux au portail fiscal sécurisé Représenter un client, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- Les intermédiaires fiscaux en activité au Québec ont plus tendance à être inscrits au service Représenter un client que ceux en activité en Colombie-Britannique (55 % contre 34 %).
- Ceux qui ont indiqué avoir communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois ont plus tendance à être inscrits au service Représenter un client que ceux qui ne l'ont pas fait (69 % contre 29 %).

On a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens dont la plus récente communication avec l'Agence s'était déroulée par téléphone de décrire la raison pour laquelle ils n'avaient pas utilisé le portail fiscal sécurisé Représenter un client. Plus du tiers des répondants (34 %) ont mentionné l'accès à l'information, et près de un sur cinq (16 %) a précisément indiqué la nécessité d'obtenir des précisions sur les renseignements reçus de l'Agence. Plus du quart des intermédiaires fiscaux (28 %) ont mentionné la commodité de communiquer avec l'Agence par téléphone, tandis qu'environ le quart (25 %) ont décrit

diverses perceptions de préoccupations liées à la sécurité ou à la protection des renseignements personnels en lien avec l'utilisation du portail en ligne. Parmi les autres réponses, mentionnons divers besoins en matière de services (11 %) et des difficultés à accéder au portail en ligne (3 %).

Tableau 77. Raison d'avoir communiqué avec l'Agence par téléphone au lieu d'avoir utilisé le service en ligne Représenter un client

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné, module de service, répondants qui ont communiqué avec l'Agence par téléphone (n=64)

Raisons de l'appel	Total (n=64)
Renseignements (réseau)	34 %
Il est beaucoup plus facile d'obtenir ou de rassembler les bons renseignements	6 %
Je n'ai pas pu obtenir les bons renseignements au moyen de Représenter un client	6 %
Je n'ai pas pu trouver de réponses sur le site Web	6 %
Précisions (sous-réseau)	16 %
Je voulais des précisions approfondies sur des demandes de renseignements ou des réponses claires	14 %
Meilleure compréhension ou plus d'explications	2 %
Sécurité ou protection des renseignements personnels (réseau)	25 %
Demande de renseignements délicate et nécessitant une attention personnelle (impôts, entreprise, prestations, etc.)	19 %
La question concerne des factures, un paiement ou des affaires financières	5 %
C'est plus fiable ou sécurisé	2 %
Commodité (réseau)	28 %
C'était plus pratique, plus facile ou plus simple	11 %
J'aime mieux parler à un humain qu'utiliser un service en ligne ou une fonction de clavardage	9 %
Je veux une transaction plus rapide	8 %
Divers (réseau)	11 %
On m'a demandé d'appeler, un appel est nécessaire ou je ne fais que rappeler	8 %
C'est plus efficace ou efficient	3 %
Accès (réseau)	3 %
J'ai de la difficulté à accéder au site ou mon compte a été verrouillé	2 %
Le téléphone est la méthode la plus accessible	2 %
Autre	14 %

Je ne sais pas/je refuse de répondre	3 %
--------------------------------------	-----

E-7. Vous avez indiqué plus tôt que votre dernier contact était par téléphone. Quelle est la principale raison pour laquelle vous avez décidé d'appeler au lieu d'utiliser le portail [PME : Mon dossier d'entreprise][IF : Représenter un client]?

Pages sur l'impôt du site Web du gouvernement

On a demandé aux intermédiaires fiscaux d'indiquer s'ils avaient déjà consulté le site Web Canada.ca pour obtenir des renseignements liés aux impôts. Près de 9 intermédiaires fiscaux sur 10 (86 %) ont indiqué avoir consulté le site pour obtenir des renseignements fiscaux, tandis que plus de 1 sur 10 (12 %) ne l'a pas fait.

Tableau 78. Déjà consulté le site Web Canada.ca pour y chercher des renseignements liés aux impôts

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n=403)

Déjà consulté le site Web Canada.ca	Total (n=403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=241)	En activité depuis plus de 10 ans (n=147)	Communication au cours des 12 derniers mois (n=185)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n=163)
Oui	86 %	87 %	88 %	89 %	85 %
Non	12 %	11 %	7 %	10 %	13 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	2 %	2 %	1 %	1 %	2 %

E-11. Avez-vous déjà consulté les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca pour y chercher des renseignements liés aux impôts?

Les répondants qui ont indiqué être inscrits au portail fiscal sécurisé Représenter un client ont plus tendance que ceux qui ne sont pas inscrits à avoir déjà consulté le site Web Canada.ca (91 % contre 82 %).

On a demandé aux intermédiaires fiscaux qui avaient consulté le site Web Canada.ca pour y chercher des renseignements liés aux impôts d'indiquer leur niveau d'accord avec une série d'indicateurs liés au site Web. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « Tout à fait en désaccord » et 10, « Tout à fait en accord ». Plus de trois répondants sur cinq (61 %) sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que le site Web fournit les renseignements dont ils ont besoin. Plus de la moitié des intermédiaires fiscaux conviennent que les renseignements fournis étaient faciles à comprendre (54 %) et à trouver (51 %).

En ce qui concerne les indicateurs liés au site, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour la capacité de finir par obtenir les renseignements nécessaires (7,6), tandis que le niveau d'accord le plus faible est associé à la facilité de trouver les renseignements (7,2).

Chaque indicateur fait l'objet d'un niveau d'accord moyen modéré (cotes de 4 à 7) :

- le site Web a fourni les renseignements nécessaires (7,6);
- les renseignements fournis étaient faciles à comprendre (7,4);
- il était facile de trouver les renseignements (7,2).

Tableau 79. Perceptions du site Web Canada.ca

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, répondants qui ont consulté le site Web Canada.ca pour y chercher des renseignements liés aux impôts (n=348)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Le site Web vous fournit les renseignements dont vous avez besoin	61 %	33 %	6 %	-	7,6
Les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre	54 %	39 %	7 %	-	7,4
Il est facile de trouver les renseignements que je cherche	51 %	35 %	8 %	-	7,2

E-12. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord au sujet des pages sur l'impôt du site Web Canada.ca. Pour chaque énoncé, veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 signifie que vous êtes tout à fait d'accord.

En général, en ce qui concerne la facilité de trouver les renseignements, les intermédiaires fiscaux exerçant leurs activités en Colombie-Britannique ont attribué une cote d'accord moyenne plus élevée que ceux du Québec (7,7 contre 6,9).

Fardeau en matière de production de déclarations de revenus

On a demandé aux intermédiaires fiscaux d'indiquer leur niveau d'accord avec une série d'indicateurs liés à la perception en matière de production de déclarations de revenus. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ». Près de la moitié des répondants sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que l'Agence prend en considération leurs besoins lorsqu'elle élabore des produits et des services (49 %) et que ces nouveaux produits et services répondent aux impératifs liés aux affaires (47 %). On observe un niveau d'accord élevé semblable à l'égard de l'énoncé « Au cours de la dernière année, j'ai mis moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin pour remplir les obligations de mon entreprise auprès de l'Agence » (45 %).

En ce qui concerne les indicateurs liés à la production de déclarations de revenus, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour l'énoncé selon lequel l'Agence prend en considération les besoins des entreprises lorsqu'elle élabore des produits et services (7,1), tandis que le niveau d'accord le plus faible est associé à l'énoncé relatif à la diminution du temps consacré à chercher les renseignements (6,9).

Chaque indicateur fait l'objet d'un niveau d'accord moyen modéré (cotes de 4 à 7) :

- l'Agence prend en considération les besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services (7,1);
- l'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent bien aux impératifs liés aux affaires (7,1);
- j'ai mis moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin pour remplir les obligations de mon entreprise (6,9).

Tableau 80. Perceptions du processus de production des déclarations de revenus d'entreprise

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n=403)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
L'Agence prend en considération les besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services	49 %	37 %	7 %	7 %	7,1
L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent bien aux impératifs liés aux affaires	47 %	38 %	8 %	6 %	7,1
Au cours de la dernière année, j'ai mis moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin pour remplir les obligations de mes clients d'entreprise auprès de l'Agence	45 %	41 %	8 %	5 %	6,9

EB-13. En pensant à [PME : votre entreprise] [IF : vos clients d'entreprise], veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants.

Les répondants qui ont eu une communication en ligne avec l'Agence au cours de la dernière année ont attribué une cote d'accord moyenne plus élevée que ceux qui ont utilisé le téléphone pour l'énoncé « Au cours de la dernière année, j'ai mis moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin pour remplir les obligations de mes clients d'entreprise auprès de l'Agence » (7,6 contre 6,6).

On a demandé aux intermédiaires fiscaux d'évaluer la mesure dans laquelle le respect de leurs obligations fiscales représentait un fardeau. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout un fardeau » et 10, « énorme fardeau ». Plus de un intermédiaire fiscal sur cinq (23 %) a indiqué un niveau élevé de fardeau (cotes de 8 à 10), tandis que près de la moitié (49 %) ont attribué une cote modérée (cotes de 4 à 7). Plus de un répondant sur cinq (22 %) a indiqué que le respect des obligations de leur entreprise en matière de production de déclarations représentait un faible niveau de fardeau (cotes de 1 à 3). Il est ainsi possible d'établir une cote de confiance moyenne de 5,6, soit une cote neutre.

Tableau 81. Fardeau perçu du respect des obligations de l'entreprise en matière de production de déclarations

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n=403)

Cote de fardeau	Total (n=403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=241)	En activité depuis plus de 10 ans (n=147)	Communication au cours des 12 derniers mois (n=185)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n=163)
8 à 10	23 %	25 %	22 %	28 %	19 %
4 à 7	49 %	50 %	48 %	50 %	51 %
1 à 3	22 %	22 %	24 %	22 %	22 %
Je ne sais pas	5 %	3 %	6 %	1 %	8 %
Moyenne	5,6	5,6	5,6	6,0	5,4

EB-14. Sur une échelle de 1 à 10, à quel point est-ce un fardeau [PME : pour votre entreprise de respecter ses obligations en matière de production de déclarations][IF : pour vous de respecter les obligations en matière de production de déclarations pour vos clients d'entreprises]?

En général, les intermédiaires fiscaux qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année ont attribué une cote de fardeau moyenne plus élevée que ceux qui n'en ont pas eu (6,0 contre 5,4).

Attitudes à l'égard de l'observation fiscale

Population générale

Impôt et services reçus

On a demandé aux Canadiens de préciser si l'impôt qu'ils payaient était représentatif des services qu'ils recevaient du gouvernement canadien. Plus du quart des répondants (28 %) estiment avoir payé beaucoup trop d'impôt par rapport aux services reçus, tandis que plus de un répondant sur cinq (23 %) est d'avis qu'il en a payé un peu trop. Plus de deux Canadiens sur cinq (41 %) estiment avoir payé juste assez d'impôt, tandis que seulement 5 % sont d'avis qu'ils en paient trop peu.

Tableau 82. Impôt que les Canadiens paient par rapport aux services reçus des gouvernements

Base : (Population générale) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=1 206)

Impôt et services reçus	Total (n=1 206)	ATL (n=126)	QC (n=283)	ON/ NU (n=398)	MB/ SK (n=135)	AB/ NT (n=103)	BC/ YT (n=161)	18 – 24 (n=53)	25 – 34 (n=103)	35 – 49 (n=219)	50 – 64 (n=343)	65+ (n=479)

Beaucoup trop	28 %	28 %	33 %	26 %	30 %	30 %	22 %	25 %	26 %	29 %	34 %	23 %
Un peu trop	23 %	25 %	23 %	24 %	20 %	22 %	22 %	18 %	34 %	22 %	22 %	21 %
Juste assez d'impôt	41 %	44 %	40 %	40 %	35 %	42 %	44 %	48 %	35 %	41 %	37 %	45 %
Trop peu	5 %	2 %	4 %	5 %	8 %	4 %	7 %	4 %	3 %	7 %	4 %	7 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	3 %	1 %	1 %	4 %	6 %	2 %	4 %	5 %	1 %	2 %	3 %	4 %

F-5. Si vous comparez l'impôt payé par l'ensemble des Canadiens et Canadiennes aux services offerts par les gouvernements, pensez-vous qu'ils paient trop d'impôt, juste assez d'impôt ou trop peu d'impôt?

Voici d'autres comparaisons entre les sous-groupes en ce qui concerne l'impôt payé par rapport aux services reçus :

- Les Canadiens vivant au Québec ont indiqué que l'impôt était beaucoup trop élevé dans une plus forte proportion que ceux vivant en Colombie-Britannique (33 % contre 22 %).
- Les hommes ont plus tendance que les femmes à estimer qu'ils paient beaucoup trop d'impôt (34 % contre 23 %).
- Les répondants qui ont un diplôme d'études secondaires (31 %) ou un diplôme d'une école de métiers ou d'un collège (35 %) ont plus tendance que ceux qui ont fait des études universitaires (22 %) à estimer payer beaucoup trop d'impôt.
- Les Canadiens dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (36 %) estiment payer beaucoup trop d'impôt par rapport à ceux dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ (25 %) ou se situe dans la tranche de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (22 %).
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant médiocre (cotes de 1 à 3) [66 %] ont plus tendance à estimer payer beaucoup trop d'impôt que ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [29 %] ou bon (cotes de 8 à 10) [19 %].

Perceptions de la fraude fiscale

On a demandé aux Canadiens d'évaluer la probabilité que les fraudeurs fiscaux se fassent prendre par l'Agence. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout probable » et 10, « très probable ». Près du quart des répondants (24 %) ont attribué une cote de probabilité élevée (cotes de 8 à 10), tandis que près de la moitié (49 %) ont attribué une cote modérée (cotes de 4 à 7). Près de un répondant sur cinq (19 %) se dit d'avis que la probabilité que les fraudeurs fiscaux se fassent prendre au Canada est faible (cotes de 1 à 3). Il est ainsi possible d'établir une cote de probabilité moyenne de 5,7, soit une cote neutre.

Tableau 83. Probabilité perçue que les fraudeurs fiscaux se fassent prendre au Canada

Base : (Population générale) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=1 206)

Probabilité que les fraudeurs fiscaux se fassent prendre	Total (n=1 206)	ATL (n=126)	QC (n=283)	ON/ NU (n=398)	MB/ SK (n=135)	AB/ NT (n=103)	BC/ YT (n=161)	18 –	25 –	35 –	50 –	65+ (n=479)
								24 (n=53)	34 (n=103)	49 (n=219)	64 (n=343)	
8 à 10	24 %	22 %	27 %	20 %	32 %	28 %	20 %	29 %	28 %	20 %	21 %	25 %
4 à 7	49 %	50 %	53 %	51 %	47 %	39 %	47 %	56 %	47 %	46 %	52 %	47 %
1 à 3	19 %	23 %	14 %	20 %	16 %	19 %	22 %	9 %	21 %	23 %	20 %	18 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	8 %	5 %	6 %	9 %	6 %	14 %	11 %	7 %	4 %	11 %	8 %	11 %
Moyenne	5,7	5,4	6,0	5,5	6,1	5,9	5,4	6,1	5,9	5,4	5,5	5,8

F-3. Sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « Pas du tout probable » et « 10 » signifie « Très probable », selon vous, dans quelle mesure les Canadiens et les Canadiennes qui trichent dans leurs déclarations de revenus sont-ils susceptibles de se faire prendre?

En ce qui concerne la probabilité que les fraudeurs fiscaux se fassent prendre, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- En général, les Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [6,1] ont attribué une cote de probabilité moyenne plus élevée que ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [5,4] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [4,9].
- En général, les répondants vivant au Québec (6,0) ont attribué une cote de probabilité moyenne plus élevée que ceux vivant en Ontario (5,5) ou en Colombie-Britannique (5,4).
- Les Canadiens qui ont un diplôme d'études secondaires (6,3) ou un diplôme d'une école de métiers ou d'un collège (5,8) ont attribué une cote de probabilité plus élevée, en moyenne, que ceux qui ont fait des études universitaires (5,2).
- En général, les répondants qui ont reçu de l'aide pour produire leur déclaration de revenus ont attribué une cote de probabilité moyenne plus élevée que ceux qui ont produit leur déclaration eux-mêmes (5,8 contre 5,4).
- En général, ceux qui gagnent moins de 40 000 \$ (6,2) ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que ceux dont le revenu se situe dans la tranche de 80 000 \$ à 150 000 \$ (5,3) ou de 150 000 \$ ou plus (5,4).

On a demandé aux Canadiens d'indiquer leur niveau d'accord à l'égard d'une série d'énoncés axés sur la fraude fiscale. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ».

Plus des deux tiers des répondants (67 %) sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que la fraude fiscale réduit les fonds disponibles pour les services essentiels, tandis que près des deux tiers (63 %) sont fortement d'accord pour dire qu'il est plus facile pour les personnes riches de pratiquer la fraude fiscale que pour les Canadiens de la classe moyenne. La moitié des répondants (50 %) sont fortement d'avis que l'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés.

Plus du tiers des Canadiens sont fortement d'accord pour dire que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales (35 %) et que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (34 %). Plus du quart (29 %) sont fortement d'accord pour dire que l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré. Moins de 1 personne sur 5 (18 %) est fortement d'accord pour dire qu'il est acceptable pour les particuliers de payer des produits et services en argent comptant pour éviter de payer la TPS/TVH, tandis que plus de 1 personne sur 10 (14 %) est fortement d'avis qu'il est acceptable, pour un particulier, de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant.

En ce qui concerne les indicateurs liés à la fraude fiscale, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour l'énoncé selon lequel la fraude fiscale réduit les fonds disponibles pour les services essentiels (7,9), tandis que le niveau d'accord le plus faible est associé à l'énoncé selon lequel il est acceptable, pour un particulier, de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant (3,6).

Les indicateurs suivants font l'objet d'un niveau d'accord moyen modéré (cotes de 4 à 7) :

- lorsqu'il est question de fraude fiscale, les fonds disponibles pour les services essentiels sont réduits (7,9);
- il est plus facile pour les personnes riches de pratiquer la fraude fiscale que pour les Canadiens de la classe moyenne (7,9);
- l'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés (7,1);
- les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (6,0);
- l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus (5,8);
- l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales (5,5);
- il est acceptable pour les particuliers de payer des produits et services en argent comptant pour éviter de payer la TPS/TVH (4,2).

Tableau 84. Perceptions de la fraude fiscale

Base : (Population générale) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=1 206)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Lorsqu'il est question de fraude fiscale, les fonds disponibles pour les services essentiels, notamment les soins de santé et l'éducation, sont réduits	67 %	20 %	10 %	3 %	7,9
Il est plus facile pour les personnes riches de pratiquer la fraude fiscale que pour les Canadiens de la classe moyenne	63 %	23 %	10 %	5 %	7,9
L'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés	50 %	30 %	14 %	6 %	7,1
L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales	35 %	28 %	34 %	3 %	5,5
Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future	34 %	40 %	20 %	6 %	6,0
L'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus	29 %	44 %	21 %	6 %	5,8
Il est acceptable pour les particuliers de payer des produits et services en argent comptant pour éviter de payer la TPS/TVH	18 %	33 %	44 %	5 %	4,2
Il est acceptable, pour un particulier, de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant	14 %	28 %	56 %	3 %	3,6

F-6. Veuillez me dire si vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants. Pour chaque énoncé, veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 signifie que vous êtes tout à fait d'accord.

En ce qui concerne les indicateurs liés à la fraude fiscale, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- En général, à la question de savoir si l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré, les Canadiens vivant au Québec (6,9) ont attribué une cote d'accord moyenne plus élevée que ceux vivant dans les provinces atlantiques (5,3), en Ontario (5,6), au Manitoba ou en Saskatchewan (5,4), en Alberta (5,4) ou en Colombie-Britannique (5,5).
- À la question de savoir si la fraude fiscale réduit les fonds disponibles pour les services essentiels, les Canadiens vivant en Ontario (8,4), au Manitoba ou en Saskatchewan (8,3), en

Colombie-Britannique (8,2), dans les provinces atlantiques (8,0) ou en Alberta (7,8) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que ceux du Québec (6,8).

- En général, pour les indicateurs suivants, les hommes ont attribué une cote moyenne plus élevée que les femmes :
 - l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus (6,1 contre 5,6);
 - l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (5,9 contre 5,2).
- À la question de savoir s'il est acceptable, pour un particulier, de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant, les répondants dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ (4,0) ou se situe dans la tranche de 40 000 \$ à 80 000 \$ (3,8) ont attribué une cote d'accord moyenne plus élevée que ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (3,2) ou de 150 000 \$ et plus (3,0).
- À la question de savoir s'il est acceptable pour les particuliers de payer des produits et services en argent comptant pour éviter de payer la TPS/TVH, les répondants dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ (5,1) ont attribué une cote d'accord moyenne plus élevée que ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (4,1), de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (4,0) ou de 150 000 \$ et plus (3,5).

Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude

On a demandé aux Canadiens d'indiquer la mesure dans laquelle une série de comportements d'évitement fiscal étaient considérés comme de la fraude fiscale. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout un cas de fraude fiscale » et 10, « grave cas de fraude fiscale ».

Près de quatre répondants sur cinq (79 %) sont d'avis que la production de fausses déclarations pour les programmes de prestations représente un grave cas de fraude fiscale (cotes de 8 à 10). Près des trois quarts des répondants estiment que le non-enregistrement d'une entreprise (72 %) ou l'omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration (71 %) représente un grave cas de fraude fiscale. Environ les deux tiers des répondants (66 %) sont d'avis que l'obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question représente un grave cas de fraude fiscale.

Près de trois Canadiens sur cinq estiment que le fait de ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne (59 %), de réaliser un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans le déclarer (59 %), d'être payé en argent comptant pour éviter de payer l'impôt sur le revenu (58 %) ou de sous-estimer le revenu gagné en argent comptant (58 %) représente un grave cas de fraude fiscale. Près de deux répondants sur cinq (36 %) estiment que l'obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant représente un grave cas de fraude fiscale.

En ce qui concerne les indicateurs liés à la fraude fiscale, on observe la cote moyenne la plus élevée pour l'énoncé « Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations » (8,8), tandis que la

cote moyenne la plus faible est associée à l'énoncé « Obtention d'une "aubaine" sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant » (6,2).

Les indicateurs suivants font l'objet d'une cote de fraude fiscale moyenne élevée (cotes de 8 à 10) :

- production de fausses déclarations pour les programmes de prestations (8,8);
- non-enregistrement d'une entreprise (8,4);
- omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration (8,4);
- obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question (8,1).

Les indicateurs suivants font l'objet d'une cote de fraude fiscale moyenne modérée (cotes de 4 à 7) :

- ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne (7,8);
- ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie (7,7);
- sous-estimation du revenu gagné en argent comptant (7,7);
- travailler et recevoir une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu (7,6);
- obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant (6,2).

Tableau 85. Perceptions de comportements d'évitement fiscal

Base : (Population générale) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=1 206)

Comportements d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations	79 %	14 %	5 %	2 %	8,8
Non-enregistrement d'une entreprise	72 %	19 %	6 %	4 %	8,4
Omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration, y compris ceux de paradis fiscaux	71 %	19 %	5 %	5 %	8,4
Obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question	66 %	24 %	7 %	4 %	8,1
Ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne	59 %	30 %	7 %	4 %	7,8
Ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie, c'est-à-dire une monnaie numérique comme le bitcoin	59 %	21 %	11 %	9 %	7,7
Travailler et recevoir une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu	58 %	31 %	9 %	2 %	7,6
Sous-estimation du revenu gagné en argent comptant	58 %	32 %	7 %	3 %	7,7
Obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant	36 %	43 %	18 %	3 %	6,2

F-8. Sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « pas du tout un cas de fraude fiscale » et « 10 » signifie « grave cas de fraude fiscale », quelle cote accorderiez-vous aux comportements suivants?

En ce qui concerne les indicateurs de gravité de la fraude fiscale, voici d'autres constatations découlant des sous-groupes :

- En général, pour les indicateurs suivants, les femmes ont attribué une cote moyenne de gravité de la fraude fiscale plus élevée que les hommes :
 - omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration (8,6 contre 8,2);
 - ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie (8,0 contre 7,4).
- Lorsqu'on leur a demandé d'évaluer l'énoncé « Obtention d'une "aubaine" sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant », les Canadiens vivant au

Québec (6,7) ont attribué une cote de gravité moyenne plus élevée que ceux vivant dans les provinces atlantiques (6,0), au Manitoba ou en Saskatchewan (5,9) ou en Alberta (5,5).

- En général, pour les indicateurs de gravité suivants, les Canadiens âgés de 35 à 49 ans, de 50 à 64 ans ou de 65 ans ou plus ont attribué des cotes de gravité moyennes plus élevées que ceux âgés de 18 à 24 ans :
 - ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie (7,8, 8,5 et 8,2 contre 6,3);
 - travailler et recevoir une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu (7,6, 8,1 et 7,9 contre 6,8);
 - obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question (8,1, 8,5 et 8,2 contre 7,1);
 - omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration (8,6, 8,8 et 8,5 contre 7,4);
 - sous-estimation du revenu gagné en argent comptant (7,7, 8,1 et 7,8 contre 6,8).
- En général, pour les comportements suivants, les Canadiens dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ ou de 150 000 \$ et plus ont attribué des cotes de gravité moyennes plus élevées que ceux dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$:
 - sous-estimation du revenu gagné en argent comptant (8,0 et 8,1 contre 7,4);
 - production de fausses déclarations pour les programmes de prestations (9,1 et 9,1 contre 8,5);
 - omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration (8,6 et 9,1 contre 8,2);
 - obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question (8,2 et 8,5 contre 7,7).

Petites et moyennes entreprises (PME)

Impôt et services reçus

On a demandé aux entreprises interrogées de préciser si l'impôt qu'elles payaient était représentatif des services qu'ils recevaient du gouvernement canadien. Près du quart des répondants (24 %) estiment avoir payé beaucoup trop d'impôt par rapport aux services reçus, tandis que plus du quart (27 %) sont d'avis qu'ils en ont payé un peu trop. Près du quart des répondants (24 %) estiment avoir payé juste assez d'impôt, tandis que plus de 1 sur 10 (13 %) est d'avis qu'il en a payé trop peu.

Tableau 86. Impôt que les entreprises canadiennes paient par rapport aux services reçus des gouvernements

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=370)

Impôt et services reçus	Total (n=370)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=184)	En activité depuis plus de 10 ans (n=179)	Entreprise individuelle (n=248)	Société de personnes (n=34)	Constituée en société (n=78)
Beaucoup trop	24 %	24 %	24 %	22 %	35 %	26 %
Un peu trop	27 %	31 %	24 %	26 %	18 %	37 %
Juste assez d'impôt	24 %	23 %	24 %	24 %	24 %	23 %
Trop peu	13 %	11 %	16 %	13 %	18 %	12 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	12 %	11 %	12 %	16 %	6 %	3 %

F-5. Si vous comparez l'impôt payé par l'ensemble des entreprises canadiennes aux services offerts par les gouvernements, pensez-vous qu'elles paient trop d'impôt, juste assez d'impôt ou trop peu d'impôt?

Voici d'autres comparaisons entre les sous-groupes en ce qui concerne l'impôt d'entreprise payé par rapport aux services reçus :

- Les entreprises qui ont eu une communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois estiment avoir payé beaucoup trop d'impôt dans une plus forte proportion que celles qui n'en ont pas eu (32 % contre 19 %).
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant médiocre (cotes de 1 à 3) [49 %] ont plus tendance à estimer payer beaucoup trop d'impôt que ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [24 %] ou bon (cotes de 8 à 10) [18 %].

Perceptions de la fraude fiscale

On a demandé aux entreprises d'évaluer la mesure dans laquelle la fraude fiscale par les entreprises était courante au Canada, à leur avis. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout courante » et 10, « très courante ». Plus du quart des répondants (28 %) estiment que la fraude fiscale par les entreprises est courante (cotes de 8 à 10), tandis que plus de deux sur cinq (43 %) sont d'avis qu'elle est modérément courante (cotes de 4 à 7). Plus de 1 répondant sur 10 (14 %) décrit la fraude fiscale par les entreprises comme étant peu courante (cotes de 1 à 3) au Canada. Il est ainsi possible d'établir une cote de probabilité moyenne de 6,3, soit une cote neutre.

Tableau 87. Degré perçu de fraude fiscale par les entreprises au Canada

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=370)

Mesure dans laquelle la fraude fiscale est courante	Total (n=370)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=184)	En activité depuis plus de 10 ans (n=179)	Entreprise individuelle (n=248)	Société de personnes (n=34)	Constituée en société (n=78)
8 à 10	28 %	27 %	29 %	27 %	35 %	28 %
4 à 7	43 %	44 %	41 %	43 %	29 %	45 %
1 à 3	14 %	17 %	11 %	14 %	21 %	14 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	15 %	11 %	19 %	17 %	15 %	13 %
Moyenne	6,3	6,0	6,6	6,3	6,4	6,3

F-1. Sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « pas du tout courant » et « 10 » signifie « très courant », selon vous, dans quelle mesure la fraude fiscale par les entreprises est-elle courante au Canada?

En ce qui concerne la mesure dans laquelle la fraude fiscale par les entreprises est courante, selon les PME, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- En général, en ce qui concerne la mesure dans laquelle la fraude fiscale par les entreprises est courante, les répondants qui estiment que l'Agence n'en fait pas assez pour réduire la fraude fiscale par les entreprises ont attribué une cote moyenne plus élevée que ceux qui sont d'avis que l'Agence fait juste assez d'efforts (7,3 contre 5,5).
- En général, à l'égard de la mesure dans laquelle la fraude fiscale par les entreprises est courante, les entreprises en activité depuis plus de 10 ans ont attribué une cote moyenne plus élevée que celles en activité depuis 10 ans ou moins (6,6 contre 6,0).

On a demandé aux entreprises d'évaluer le niveau d'effort déployé par l'Agence pour réduire la fraude fiscale par les entreprises au Canada. Plus du quart (28 %) estiment que l'Agence ne fait pas assez d'efforts pour réduire la fraude fiscale, tandis que près du tiers (32 %) sont d'avis qu'elle en fait juste assez. Moins de 1 sur 10 (6 %) estime que l'Agence fait trop d'efforts, tandis que le tiers (33 %) ne sont pas certaines ou ont refusé de répondre.

Tableau 88. Perceptions des efforts de l'Agence pour réduire la fraude fiscale par les entreprises

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=370)

Efforts déployés pour réduire la fraude fiscale	Total (n=370)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=184)	En activité depuis plus de 10 ans (n=179)	Entreprise individuelle (n=248)	Société de personnes (n=34)	Constituée en société (n=78)
Pas assez d'efforts	28 %	25 %	32 %	27 %	38 %	28 %
Juste assez d'efforts	32 %	39 %	27 %	31 %	41 %	31 %
Trop d'efforts	6 %	7 %	6 %	7 %	6 %	6 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	33 %	30 %	35 %	36 %	15 %	35 %

F-2. Pensez-vous que l'Agence du revenu du Canada en fait trop, pas assez ou juste assez pour réduire la fraude fiscale par les entreprises?

Voici d'autres comparaisons entre les sous-groupes en ce qui concerne les perceptions des efforts de l'Agence pour réduire la fraude fiscale par les entreprises :

- Les entreprises exploitées au Québec ont plus tendance que celles exploitées en Ontario (42 % contre 23 %) à estimer que l'Agence en fait trop peu pour réduire la fraude fiscale par les entreprises.
- Les répondants âgés de 50 à 64 ans (34 %) ou de 65 ans ou plus (41 %) décrivent les efforts de l'Agence comme étant insuffisants dans de plus fortes proportions que ceux âgés de 25 à 34 ans (20 %) ou de 35 à 49 ans (16 %).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins ont plus tendance que celles en activité depuis plus de 10 ans (39 % contre 27 %) à estimer que l'Agence fait juste assez d'efforts pour réduire la fraude fiscale par les entreprises.

On a demandé aux PME canadiennes d'évaluer la probabilité que les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus se fassent prendre par l'Agence. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout probable » et 10, « très probable ». Près du tiers des répondants (30 %) ont attribué une cote de probabilité élevée (cotes de 8 à 10), tandis que plus de deux sur cinq (42 %) ont attribué une cote modérée (cotes de 4 à 7). Plus de 1 répondant sur 10 (14 %) décrit une probabilité faible (cotes de 1 à 3) que les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus se fassent prendre au Canada. Il est ainsi possible d'établir une cote de probabilité moyenne de 6,3, soit une cote neutre.

Tableau 89. Probabilité perçue que les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus se fassent prendre au Canada

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=370)

Probabilité que les fraudeurs fiscaux se fassent prendre	Total (n=370)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=184)	En activité depuis plus de 10 ans (n=179)	Entreprise individuelle (n=248)	Société de personnes (n=34)	Constituée en société (n=78)
8 à 10	30 %	35 %	27 %	31 %	47 %	22 %
4 à 7	42 %	40 %	43 %	39 %	38 %	53 %
1 à 3	14 %	13 %	16 %	15 %	12 %	13 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	14 %	13 %	15 %	16 %	3 %	13 %
Moyenne	6,3	6,5	6,1	6,3	6,8	5,9

F-3. Sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « Pas du tout probable » et « 10 » signifie « Très probable », selon vous, dans quelle mesure les entreprises canadiennes qui trichent dans leurs déclarations de revenus sont-elles susceptibles de se faire prendre?

En ce qui concerne la probabilité que les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus se fassent prendre par l'Agence, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- En général, les entreprises qui ont recours à des services externes de préparation de déclarations de revenus ont attribué une cote de probabilité moyenne plus élevée que celles qui utilisent des ressources internes pour produire leurs déclarations de revenus (6,3 contre 5,5).
- En général, en ce qui concerne la probabilité que les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus se fassent prendre, les répondants qui estiment que l'Agence en fait trop peu pour prévenir la fraude fiscale par les entreprises au Canada ont attribué une cote moyenne plus faible que ceux qui sont d'avis que l'Agence fait juste assez d'efforts (4,5 contre 7,5).
- En général, les femmes ont attribué une cote moyenne plus élevée que les hommes (6,7 contre 5,9).
- En général, les entreprises exploitées au Manitoba ou en Saskatchewan (6,8) ou en Ontario (6,6) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que celles exploitées au Québec (5,5).

On a demandé aux entreprises d'évaluer leur probabilité de signaler qu'une entreprise qu'elles connaissent pratique la fraude fiscale. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1

signifiant « pas du tout probable » et 10, « très probable ». Devant une situation où il soupçonne qu’une entreprise pratique la fraude fiscale, plus de un répondant sur cinq (21 %) est susceptible de la dénoncer (cotes de 8 à 10). Lorsque le répondant est certain que l’entreprise pratique la fraude fiscale, le pourcentage augmente pour atteindre plus de deux sur cinq (42 %).

Tableau 90. Probabilité perçue de dénoncer les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d’observation fiscale, tous les répondants (n=370)

Situation de la sensibilisation à la fraude fiscale	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Certitude que l’entreprise pratique la fraude fiscale	42 %	23 %	18 %	17 %	6,6
Soupçon que l’entreprise pratique la fraude fiscale	21 %	32 %	30 %	18 %	5,0

F-4. Pensez à une situation où une entreprise que vous connaissez pratique peut-être la fraude fiscale. Sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « Pas du tout probable » et « 10 » signifie « Très probable », quelle est la probabilité que vous dénonciez cette entreprise si... ?

En général, en ce qui concerne la dénonciation des fraudeurs fiscaux soupçonnés, les sociétés de personnes ont attribué une cote de probabilité moyenne plus élevée que les entreprises constituées en société (5,9 contre 4,6).

On a demandé aux entreprises d’indiquer leur niveau d’accord à l’égard d’une série d’énoncés axés sur la fraude fiscale. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ».

Plus des deux tiers des répondants (67 %) sont fortement d’accord (cotes de 8 à 10) pour dire que lorsque des entreprises pratiquent la fraude fiscale, cela réduit les fonds disponibles pour les services essentiels. Environ trois répondants sur cinq (60 %) estiment que les entreprises qui ne paient pas l’impôt sur tous leurs revenus, ou qui ne perçoivent pas la TPS/TVH, ont un avantage injuste. Plus de la moitié des entreprises (53 %) conviennent qu’il est acceptable que l’Agence utilise des renseignements accessibles au public pour repérer les entreprises qui pratiquent la fraude fiscale.

Plus du tiers des répondants conviennent que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale (38 %) et que l’Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d’infractions fiscales (34 %). Près de 1 répondant sur 5 (19 %) estime que l’Agence n’aura jamais connaissance d’un revenu reçu en argent comptant s’il n’est pas déclaré, tandis que moins de 1 sur 10 (7 %) est d’avis qu’il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant.

En ce qui concerne les indicateurs liés à la fraude fiscale, on observe la cote d’accord moyenne la plus élevée pour l’énoncé selon lequel la fraude fiscale des entreprises réduit les fonds disponibles pour les

services essentiels (8,2), tandis que le niveau d'accord le plus faible est associé à l'énoncé selon lequel il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant (2,5).

Les indicateurs suivants font l'objet d'un niveau d'accord moyen modéré (cotes de 4 à 7) :

- les entreprises qui ne paient pas l'impôt sur tous leurs revenus, ou qui ne perçoivent pas la TPS/TVH, ont un avantage injuste (7,8);
- il est acceptable que l'Agence utilise des renseignements accessibles au public pour repérer les entreprises qui pratiquent la fraude fiscale (7,1);
- les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (6,4);
- l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales (5,8);
- l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré (4,9).

Tableau 91. Perceptions de la fraude fiscale

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=370)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
La fraude fiscale auprès des entreprises réduit les fonds disponibles pour les services essentiels, notamment les soins de santé et l'éducation	67 %	21 %	6 %	6 %	8,2
Les entreprises qui ne paient pas l'impôt sur tous leurs revenus, ou qui ne perçoivent pas la TPS/TVH, ont un avantage injuste par rapport à celles qui le font	60 %	22 %	8 %	9 %	7,8
Il est acceptable que l'Agence utilise des informations accessibles au public, comme les médias sociaux, pour aider à repérer les entreprises qui ne paient pas leur juste part d'impôts	53 %	24 %	15 %	8 %	7,1
Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future	38 %	33 %	16 %	13 %	6,4
L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales	34 %	29 %	28 %	10 %	5,8
L'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus d'une entreprise	19 %	38 %	32 %	11 %	4,9

Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant	7 %	15 %	73 %	5 %	2.5
--	-----	------	------	-----	-----

F-6. Veuillez indiquer si vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants. Pour chaque énoncé, veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 signifie que vous êtes tout à fait d'accord.

En ce qui concerne les perceptions des entreprises à l'égard des indicateurs liés à la fraude fiscale, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- En général, pour les formes suivantes d'indicateurs liés à la fraude fiscale, les entreprises qui estiment que l'Agence en fait trop peu pour attraper les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus ont attribué une cote d'accord moyenne plus élevée que celles qui estiment que l'Agence fait juste assez d'efforts :
 - les entreprises qui ne paient pas l'impôt sur tous leurs revenus, ou qui ne perçoivent pas la TPS/TVH, ont un avantage injuste par rapport à celles qui le font (8,5 contre 7,3);
 - il est acceptable que l'Agence utilise des informations accessibles au public, comme les médias sociaux, pour aider à repérer les entreprises qui ne paient pas leur juste part d'impôts (8,1 contre 7,0);
 - l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (7,3 contre 5,6);
 - l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus (6,3 contre 4,1).
- À l'inverse, à la question de savoir si les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future, les entreprises qui estiment que l'Agence fait juste assez d'efforts ont attribué une cote d'accord moyenne plus élevée que celles qui sont d'avis que l'Agence n'en fait pas assez (7,2 contre 5,6).
- En général, pour les indicateurs suivants, les entreprises en activité depuis plus de 10 ans ont attribué une cote d'accord moyenne plus élevée que celles en activité depuis 10 ans ou moins :
 - lorsque des entreprises trichent dans leurs déclarations de revenus, cela réduit les fonds disponibles pour les services essentiels (8,4 contre 7,9);
 - l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus d'une entreprise (5,5 contre 4,3);
 - les entreprises qui ne paient pas l'impôt sur tous leurs revenus, ou qui ne perçoivent pas la TPS/TVH, ont un avantage injuste par rapport à celles qui le font (8,2 contre 7,4);
 - il est acceptable que l'Agence utilise des informations accessibles au public, comme les médias sociaux, pour aider à repérer les entreprises qui ne paient pas leur juste part d'impôts (7,5 contre 6,7);

- l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (6,3 contre 5,4).

Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude

On a demandé aux entreprises d'indiquer la mesure dans laquelle une série de comportements d'évitement fiscal étaient considérés comme de la fraude fiscale. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout un cas de fraude fiscale » et 10, « grave cas de fraude fiscale ».

Près de 9 répondants sur 10 (88 %) sont d'avis que la production de fausses déclarations pour les programmes de prestations représente un grave cas de fraude fiscale (cotes de 8 à 10). Environ les trois quarts des répondants estiment que le fait de payer des employés en argent comptant pour éviter les impôts sur les salaires (75 %) ou d'omettre de déclarer des biens ou des revenus étrangers (74 %) représente un grave cas de fraude fiscale. Plus de 7 répondants sur 10 décrivent la sous-estimation du revenu gagné en argent comptant (71 %) et les dépenses réclamées en trop (70 %) comme de graves cas de fraude fiscale.

Environ les deux tiers des répondants (65 %) sont d'avis que l'obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question représente un grave cas de fraude fiscale. Près de trois Canadiens sur cinq estiment que le fait de ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne (58 %) ou de réaliser un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans le déclarer (58 %) représente un grave cas de fraude fiscale. Plus de la moitié des répondants (54 %) estiment que le non-enregistrement d'une entreprise est grave, tandis que près de deux sur cinq (39 %) sont d'avis que le fait de ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux représente un grave cas de fraude fiscale.

En ce qui concerne les indicateurs liés à la fraude fiscale, on observe la cote moyenne la plus élevée pour l'énoncé « Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations » (9,2), tandis que la cote moyenne la plus faible est associée à l'énoncé « Ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux » (6,6).

Les indicateurs suivants font l'objet d'une cote de fraude fiscale moyenne élevée (cotes de 8 à 10) :

- production de fausses déclarations pour les programmes de prestations (9,2);
- omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration (8,8);
- payer des employés en argent comptant pour éviter les impôts sur les salaires (8,5);
- sous-estimation du revenu gagné en argent comptant (8,2);
- dépenses réclamées en trop (8,2);
- obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question (8,1).

Les indicateurs suivants font l'objet d'une cote de fraude fiscale moyenne modérée (cotes de 4 à 7) :

- ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie (7,9);
- ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne (7,7);

- non-enregistrement d'une entreprise (7,5);
- ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux (6,6).

Tableau 92. Perceptions de comportements d'évitement fiscal

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=370)

Comportements d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations	88 %	8 %	1 %	2 %	9,2
Omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration, y compris ceux de paradis fiscaux	74 %	15 %	3 %	8 %	8,8
Payer des employés en argent comptant pour éviter les impôts sur les salaires	75 %	16 %	5 %	4 %	8,5
Sous-estimation du revenu gagné en argent comptant	71 %	22 %	4 %	3 %	8,2
Dépenses réclamées en trop	70 %	23 %	4 %	3 %	8,2
Obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question	65 %	24 %	5 %	6 %	8,1
Ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie, c'est-à-dire une monnaie numérique comme le bitcoin	58 %	14 %	10 %	18 %	7,9
Ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne	58 %	25 %	9 %	8 %	7,7
Non-enregistrement d'une entreprise	54 %	24 %	10 %	12 %	7,5
Ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux	39 %	28 %	17 %	16 %	6,6

F-8. Sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « pas du tout un cas de fraude fiscale » et « 10 » signifie « grave cas de fraude fiscale », quelle cote accorderiez-vous aux comportements suivants?

En ce qui concerne les indicateurs liés à la fraude fiscale par les entreprises, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- En général, en ce qui concerne le non-enregistrement d'une entreprise, les sociétés de personnes ont attribué une cote de gravité moyenne plus élevée que les entreprises à propriétaire unique (8,2 contre 7,2).
- En général, en ce qui concerne le non-enregistrement d'une entreprise, les entreprises qui ont recours à un service externe de préparation de déclarations de revenus ont attribué une cote de gravité moyenne plus élevée que celles qui utilisent des ressources internes (7,8 contre 7,0).
- Pour les indicateurs suivants, les entreprises en activité depuis plus de 10 ans ont attribué une cote de gravité moyenne plus élevée que celles en activité depuis 10 ans ou moins :
 - ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne (8,0 contre 7,4);
 - ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie, c'est-à-dire une monnaie numérique comme le bitcoin (8,3 contre 7,6);
 - ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux (7,5 contre 5,7).
- Pour les indicateurs suivants, les répondants qui estiment que l'Agence n'en fait pas assez pour réduire la fraude fiscale par les entreprises ont attribué des cotes de gravité plus élevées que ceux qui sont d'avis que l'Agence fait juste assez d'efforts :
 - omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration, y compris ceux de paradis fiscaux (9,4 contre 8,6);
 - ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux (7,5 contre 6,3).

On a ensuite demandé aux entreprises qui avaient attribué une cote de 5 ou moins à au moins un comportement d'évitement fiscal d'évaluer la gravité de l'évitement fiscal en fonction du montant d'argent non payé. Pour ce faire, elles ont utilisé une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout un cas de fraude fiscale » et 10, « grave cas de fraude ».

À la question de savoir si le fait d'éviter de payer 1 000 \$ à titre d'impôt représente un grave cas de fraude fiscale, plus du tiers des répondants (37 %) estiment que c'est le cas (cotes de 8 à 10), tandis qu'environ le tiers (33 %) ont attribué une cote de 5 ou moins.

On a ensuite demandé à ceux qui avaient attribué une cote de 5 ou moins d'évaluer la gravité si le montant passait à 10 000 \$. Plus de 1 répondant sur 10 (14 %) estime qu'il s'agit d'un grave cas de fraude, tandis que 2 répondants sur 5 (44 %) ont de nouveau attribué une cote de 5 ou moins.

On a ensuite demandé à ces répondants d'évaluer la gravité d'éviter de payer 50 000 \$ à titre d'impôt. Dans un tel cas, aucun des répondants restants n'estime qu'il s'agit d'un grave cas de fraude, et 84 % ont attribué une cote de 5 ou moins.

Tableau 93. Gravité des comportements d'évitement fiscal

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, répondants ayant attribué une cote de 5 ou moins à au moins un comportement d'évitement fiscal (n=172)

Comportements d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 1 000 \$ à titre d'impôt (n=172)	37 %	41 %	14 %	8 %	6,5
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 10 000 \$ à titre d'impôt (n=57)	14 %	60 %	21 %	5 %	5,4
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 50 000 \$ à titre d'impôt (n=25)	-	56 %	44 %	-	3,6

FB-9. Vous avez noté [INSÉREZ LE SCÉNARIO ICI] comme n'étant pas un grave cas de fraude fiscale. Veuillez considérer le scénario suivant et notez sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « Pas du tout un cas de fraude fiscale » et « 10 » signifie « Grave cas de fraude fiscale ». Quelle note donneriez-vous :

Enfin, on a demandé aux PME canadiennes d'évaluer l'importance des efforts de recouvrement en cas d'évitement fiscal. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout important » et 10, « très important ». Plus de 7 répondants sur 10 (72 %) estiment qu'il est important (cotes de 8 à 10) que l'Agence recouvre l'impôt impayé lorsque des gens omettent de déclarer des biens ou des revenus étrangers imposables. Dans l'ensemble, le recouvrement de l'impôt impayé sur des biens ou des revenus étrangers a reçu une cote d'importance moyenne de 8,4. Près de trois entreprises sur cinq (59 %) estiment qu'il est important pour l'Agence de recouvrer l'impôt impayé lorsque des gens travaillent clandestinement pour de l'argent, ce qui donne une cote d'importance moyenne de 7,7.

Tableau 94. Importance des efforts de recouvrement en cas d'évitement fiscal

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=370)

Situations d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens ne déclarent pas des biens ou des revenus étrangers imposables	72 %	19 %	4 %	5 %	8,4
Recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens travaillent clandestinement pour de l'argent	59 %	26 %	9 %	6 %	7,7

F-10. Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « pas du tout important » et 10 signifie « très important », dans quelle mesure est-il important...?

En ce qui concerne les situations d'évitement fiscal, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- Pour les indicateurs suivants, les répondants qui estiment que l'Agence n'en fait pas assez pour réduire la fraude fiscale par les entreprises ont attribué des cotes d'importance plus élevées que ceux qui sont d'avis que l'Agence fait juste assez d'efforts :
 - recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens ne déclarent pas des biens ou des revenus étrangers imposables (9,2 contre 8,4);
 - recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens travaillent clandestinement pour de l'argent (8,6 contre 7,9).
- En général, pour les indicateurs suivants, les entreprises qui ont recours à un service externe de préparation de déclarations de revenus ont attribué une cote d'importance moyenne plus élevée que celles qui utilisent des ressources internes :
 - recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens ne déclarent pas des biens ou des revenus étrangers imposables (8,7 contre 7,9);
 - recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens travaillent clandestinement pour de l'argent (8,0 contre 7,1).
- Pour les indicateurs suivants, les entreprises en activité depuis plus de 10 ans ont attribué une cote d'importance moyenne plus élevée que celles en activité depuis 10 ans ou moins :
 - recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens ne déclarent pas des biens ou des revenus étrangers imposables (8,7 contre 8,2);
 - recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens travaillent clandestinement pour de l'argent (8,0 contre 7,3).

Intermédiaires fiscaux

Impôt et services reçus

On a demandé aux intermédiaires fiscaux de préciser si l'impôt que les entreprises canadiennes payaient était représentatif des services qu'elles recevaient du gouvernement canadien. Environ un répondant sur cinq (20 %) estime que les entreprises canadiennes paient beaucoup trop d'impôt par rapport aux services reçus, tandis que près du tiers (31 %) sont d'avis qu'elles en paient un peu trop. Plus du tiers (34 %) estiment qu'elles paient juste assez d'impôt, tandis que près de 1 sur 10 (9 %) est d'avis qu'elles en paient trop peu.

Tableau 95. Impôt que les entreprises canadiennes paient par rapport aux services reçus des gouvernements

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=409)

Impôt et services reçus	Total (n=409)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=223)	En activité depuis plus de 10 ans (n=172)	Communication au cours des 12 derniers mois (n=169)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n=215)
Beaucoup trop	20 %	20 %	19 %	20 %	21 %
Un peu trop	31 %	33 %	30 %	34 %	29 %
Juste assez d'impôt	34 %	35 %	34 %	34 %	35 %
Trop peu	9 %	9 %	11 %	11 %	8 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	5 %	4 %	6 %	2 %	7 %

F-5. Si vous comparez l'impôt payé par l'ensemble des entreprises canadiennes aux services offerts par les gouvernements, pensez-vous qu'elles paient trop d'impôt, juste assez d'impôt ou trop peu d'impôt?

Perceptions de la fraude fiscale

On a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens d'évaluer la mesure dans laquelle la fraude fiscale par les entreprises était courante au Canada, à leur avis. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout courante » et 10, « très courante ». Plus du quart des répondants (26 %) estiment que la fraude fiscale par les entreprises est courante (cotes de 8 à 10), tandis que la moitié (50 %) sont d'avis qu'elle est modérément courante (cotes de 4 à 7). Plus de 1 répondant sur 10 (15 %) décrit la fraude fiscale par les entreprises comme étant peu courante (cotes de 1 à 3) au Canada. Il est ainsi possible d'établir une cote de probabilité moyenne de 6,0, soit une cote neutre.

Tableau 96. Degré perçu de fraude fiscale par les entreprises au Canada

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=409)

Mesure dans laquelle la fraude fiscale est courante	Total (n=409)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=223)	En activité depuis plus de 10 ans (n=172)	Communication au cours des 12 derniers mois (n=169)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n=215)
8 à 10	26 %	24 %	30 %	30 %	22 %
4 à 7	50 %	55 %	44 %	56 %	46 %
1 à 3	15 %	15 %	16 %	9 %	21 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	9 %	7 %	11 %	5 %	11 %
Moyenne	6,0	5,9	6,1	6,4	5,5

F-1. Sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « pas du tout courant » et « 10 » signifie « très courant », selon vous, dans quelle mesure la fraude fiscale par les entreprises est-elle courante au Canada?

À l'égard de la mesure dans laquelle la fraude fiscale par les entreprises est courante, les intermédiaires fiscaux en activité au Québec ont attribué une cote moyenne plus élevée que ceux en activité en Alberta (6,2 contre 5,2).

On a demandé aux intermédiaires fiscaux d'évaluer le niveau d'effort déployé par l'Agence pour réduire la fraude fiscale par les entreprises au Canada. Près du quart (22 %) estiment que l'Agence ne fait pas assez d'efforts pour réduire la fraude fiscale, tandis qu'environ la moitié (50 %) sont d'avis qu'elle en fait juste assez. Moins de 1 sur 10 (9 %) estime que l'Agence fait trop d'efforts, tandis que près de 1 sur 5 (19 %) n'est pas certain ou a refusé de répondre.

Tableau 97. Perceptions des efforts de l'Agence pour réduire la fraude fiscale par les entreprises

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=409)

Efforts déployés pour réduire la fraude fiscale	Total (n=409)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=223)	En activité depuis plus de 10 ans (n=172)	Communication au cours des 12 derniers mois (n=169)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n=215)
Pas assez d'efforts	22 %	20 %	26 %	27 %	20 %
Juste assez d'efforts	50 %	54 %	45 %	50 %	51 %
Trop d'efforts	9 %	9 %	11 %	10 %	8 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	19 %	17 %	18 %	14 %	21 %

F-2. Pensez-vous que l'Agence du revenu du Canada en fait trop, pas assez ou juste assez pour réduire la fraude fiscale par les entreprises?

On a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens d'évaluer la probabilité que les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus se fassent prendre par l'Agence. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout probable » et 10, « très probable ». Plus de deux répondants sur cinq (42 %) ont attribué une cote de probabilité élevée (cotes de 8 à 10), tandis que près de deux sur cinq (39 %) ont attribué une cote modérée (cotes de 4 à 7). Plus de 1 répondant sur 10 (11 %) décrit une probabilité faible (cotes de 1 à 3) que les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus se fassent prendre au Canada. Il est ainsi possible d'établir une cote de probabilité moyenne de 6,9, soit une cote neutre.

Tableau 98. Probabilité perçue que les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus se fassent prendre au Canada

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=409)

Probabilité que les fraudeurs fiscaux se fassent prendre	Total (n=409)	En activité depuis 10 ans ou moins (n=223)	En activité depuis plus de 10 ans (n=172)	Communication au cours des 12 derniers mois (n=169)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n=215)
8 à 10	42 %	44 %	39 %	40 %	45 %
4 à 7	39 %	41 %	39 %	43 %	38 %
1 à 3	11 %	8 %	15 %	12 %	9 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	8 %	7 %	7 %	5 %	8 %

Moyenne	6,9	7,1	6,6	6,7	7,0
---------	-----	-----	-----	-----	-----

F-3. Sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « Pas du tout probable » et « 10 » signifie « Très probable », selon vous, dans quelle mesure les entreprises canadiennes qui trichent dans leurs déclarations de revenus sont-elles susceptibles de se faire prendre?

En ce qui concerne la probabilité que les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus se fassent prendre par l'Agence, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- Les intermédiaires fiscaux en activité depuis 10 ans ou moins ont attribué une cote de probabilité moyenne plus élevée que ceux en activité depuis plus de 10 ans (7,1 contre 6,6).
- En général, les répondants exerçant leurs activités au Québec (7,2) ou en Ontario (7,2) ont attribué des cotes de probabilité moyennes plus élevées que ceux de la Colombie-Britannique (6,1).

On a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens d'évaluer leur probabilité de signaler qu'une entreprise qu'ils connaissent pratique la fraude fiscale. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout probable » et 10, « très probable ». Devant une situation où ils soupçonnent qu'une entreprise pratique la fraude fiscale, environ le tiers des répondants (33 %) sont susceptibles de la dénoncer (cotes de 8 à 10). Lorsque les répondants étaient certains que l'entreprise pratiquait la fraude fiscale, la proportion passait à près de la moitié (48 %).

Tableau 99. Probabilité perçue de dénoncer les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=409)

Situation de la sensibilisation à la fraude fiscale	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Certitude que l'entreprise pratique la fraude fiscale	48 %	31 %	13 %	9 %	7,0
Soupçon que l'entreprise pratique la fraude fiscale	33 %	40 %	18 %	9 %	6,1

F-4. Pensez à une situation où une entreprise que vous connaissez pratique peut-être la fraude fiscale. Sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « Pas du tout probable » et « 10 » signifie « Très probable », quelle est la probabilité que vous dénonciez cette entreprise si...?

En général, pour ce qui est de dénoncer les entreprises qu'ils considèrent avec certitude être en situation de fraude fiscale, les répondants exerçant leurs activités en Alberta ont attribué une cote de probabilité moyenne plus élevée que ceux du Québec (7,9 contre 6,5).

On a demandé aux intermédiaires fiscaux d'indiquer leur niveau d'accord à l'égard d'une série d'énoncés axés sur la fraude fiscale. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, la cote 1 signifiant « tout à fait en désaccord » et la cote 10, « tout à fait en accord ».

Près des deux tiers des répondants sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que lorsque les entreprises trichent sur leur impôt sur le revenu, cela réduit les fonds disponibles pour les services essentiels (57 %), et que les entreprises qui ne paient pas d'impôt sur tous leurs revenus ou qui ne perçoivent pas la TPS ou la TVH ont un avantage injuste (55 %). Près de la moitié des intermédiaires fiscaux (48 %) sont tout à fait d'accord pour dire qu'il est acceptable que l'Agence utilise des renseignements accessibles au public pour repérer les entreprises qui pratiquent la fraude fiscale, et que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale (46 %).

Près de deux sur cinq (38 %) sont tout à fait d'accord pour dire que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales. Plus du quart (28 %) estiment que l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré, tandis que plus de 1 sur 10 (13 %) est tout à fait d'accord pour dire qu'il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant.

En ce qui concerne les indicateurs liés à la fraude fiscale, on observe la cote d'accord moyenne la plus élevée pour l'énoncé selon lequel la fraude fiscale des entreprises réduit les fonds disponibles pour les services essentiels (7,6), tandis que le niveau d'accord le plus faible est associé à l'énoncé selon lequel il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant (3,6).

Les indicateurs suivants font l'objet d'un niveau d'accord moyen modéré (cotes de 4 à 7) :

- lorsque des entreprises trichent dans leurs déclarations de revenus, cela réduit les fonds disponibles pour les services essentiels (7,6);
- les entreprises qui ne paient pas l'impôt sur tous leurs revenus, ou qui ne perçoivent pas la TPS/TVH, ont un avantage injuste (7,5);
- les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (7,1);
- il est acceptable que l'Agence utilise des renseignements accessibles au public pour repérer les entreprises qui pratiquent la fraude fiscale (6,9);
- l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales (6,2);
- l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus (5,6).

Tableau 100. Perceptions de la fraude fiscale

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=409)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
La fraude fiscale auprès des entreprises réduit les fonds disponibles pour les services essentiels, notamment les soins de santé et l'éducation	57 %	29 %	8 %	5 %	7,6
Les entreprises qui ne paient pas l'impôt sur tous leurs revenus, ou qui ne perçoivent pas la TPS/TVH, ont un avantage injuste par rapport à celles qui le font	55 %	32 %	6 %	7 %	7,5
Il est acceptable que l'Agence utilise des informations accessibles au public, comme les médias sociaux, pour aider à repérer les entreprises qui ne paient pas leur juste part d'impôts	48 %	31 %	14 %	7 %	6,9
Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future	46 %	38 %	9 %	7 %	7,1
L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales	38 %	33 %	22 %	7 %	6,2
L'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus d'une entreprise	28 %	40 %	23 %	9 %	5,6
Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant	13 %	23 %	59 %	4 %	3,6

F-6. Veuillez indiquer si vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants. Pour chaque énoncé, veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 signifie que vous êtes tout à fait d'accord.

En ce qui concerne les perceptions des intermédiaires fiscaux à l'égard des indicateurs liés à la fraude fiscale, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- En général, en ce qui concerne l'énoncé selon lequel les fonds disponibles pour les services essentiels sont réduits lorsque des entreprises trichent dans leurs déclarations de revenus, les intermédiaires fiscaux en activité depuis plus de 10 ans ont attribué une cote d'accord moyenne plus élevée que ceux en activité depuis 10 ans ou moins (8,0 contre 7,3).
- À l'inverse, en ce qui concerne l'énoncé selon lequel il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant, ceux en activité depuis 10 ans ou moins ont attribué une cote d'accord moyenne plus élevée que ceux en activité depuis plus de 10 ans (4,1 contre 2,9).

- En général, en ce qui concerne l'énoncé selon lequel l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus d'une entreprise, les répondants du Québec (6,3) ont attribué une cote d'accord moyenne plus élevée que ceux de l'Alberta (5,0) ou de la Colombie-Britannique (5,3).

Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude

On a demandé aux intermédiaires fiscaux d'indiquer la mesure dans laquelle une série de comportements d'évitement fiscal étaient considérés comme de la fraude fiscale. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout un cas de fraude fiscale » et 10, « grave cas de fraude fiscale ».

Près de quatre répondants sur cinq (76 %) sont fortement d'avis que la production de fausses déclarations pour les programmes de prestations représente un grave cas de fraude fiscale (cotes de 8 à 10). Plus de trois répondants sur cinq sont fortement d'accord pour dire que le non-enregistrement d'une entreprise (64 %), la réclamation de dépenses en trop (62 %) et la sous-estimation du revenu gagné en argent comptant (60 %) représentent de graves cas de fraude fiscale. Près de trois sur cinq sont fortement d'accord pour dire que le fait d'omettre des biens ou des revenus étrangers dans la déclaration (58 %) ou de recevoir une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu (58 %) représente un grave cas de fraude fiscale.

Plus de la moitié (54 %) sont fortement d'avis que l'obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question représente un grave cas de fraude fiscale. Près de la moitié sont fortement d'avis que le fait de ne pas déclarer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne (49 %) ou de réaliser un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans le déclarer (48 %) représente un grave cas de fraude fiscale. Environ le tiers des intermédiaires fiscaux sont de cet avis en ce qui concerne l'obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant (34 %) ou le fait de ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux (31 %).

En ce qui concerne les indicateurs liés à la fraude fiscale, on observe la cote moyenne la plus élevée pour l'énoncé « Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations » (8,5), tandis que la cote moyenne la plus faible est associée à l'énoncé « Ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux » (5,7).

L'indicateur suivant fait l'objet d'une cote de fraude fiscale moyenne élevée (cotes de 8 à 10) :

- production de fausses déclarations pour les programmes de prestations (8,5).

Les indicateurs suivants font l'objet d'une cote de fraude fiscale moyenne modérée (cotes de 4 à 7) :

- non-enregistrement d'une entreprise (7,9);
- sous-estimation du revenu gagné en argent comptant (7,8);
- omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration (7,8);
- travailler et recevoir une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu (7,7);
- dépenses réclamées en trop (7,7);
- obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question (7,6);
- ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne (7,2);
- ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie (6,9);
- obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant (6,0);
- ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux (5,7).

Tableau 101. Perceptions de comportements d'évitement fiscal

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=409)

Comportements d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations	76 %	19 %	4 %	2 %	8,5
Non-enregistrement d'une entreprise	64 %	26 %	6 %	4 %	7,9
Dépenses réclamées en trop	62 %	32 %	4 %	2 %	7,7
Sous-estimation du revenu gagné en argent comptant	60 %	32 %	6 %	3 %	7,8
Omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration, y compris ceux de paradis fiscaux	58 %	30 %	6 %	5 %	7,8
Travailler et recevoir une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu	58 %	32 %	7 %	2 %	7,7
Promouvoir un programme de dons de bienfaisance alors que les crédits d'impôt dépassent le montant donné	54 %	31 %	6 %	10 %	7,6

Ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne	49 %	38 %	9 %	4 %	7,2
Ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie, c'est-à-dire une monnaie numérique comme le bitcoin	48 %	29 %	14 %	9 %	6,9
Obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant	34 %	38 %	22 %	6 %	6,0
Ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux	31 %	34 %	25 %	10 %	5,7

F-8. Sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « pas du tout un cas de fraude fiscale » et « 10 » signifie « grave cas de fraude fiscale », quelle cote accorderiez-vous aux comportements suivants?

En ce qui concerne les indicateurs liés à la fraude fiscale par les entreprises, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- En général, en ce qui concerne la production de fausses déclarations pour les programmes de prestations, les répondants exerçant leurs activités en Alberta ont attribué une cote de gravité moyenne plus élevée que ceux du Québec (9,0 contre 8,1).
- Pour les indicateurs suivants, les intermédiaires fiscaux en activité depuis plus de 10 ans ont attribué une cote de gravité moyenne plus élevée que ceux en activité depuis 10 ans ou moins :
 - production de fausses déclarations pour les programmes de prestations (8,9 contre 8,1);
 - omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration, y compris ceux de paradis fiscaux (8,2 contre 7,4);
 - non-enregistrement d'une entreprise (8,2 contre 7,6);
 - sous-estimation du revenu gagné en argent comptant (8,1 contre 7,4);
 - promouvoir un programme de dons de bienfaisance alors que les crédits d'impôt dépassent le montant donné (8,0 contre 7,3);
 - travailler et recevoir une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu (8,0 contre 7,4);
 - ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne (7,6 contre 6,9);
 - ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie, c'est-à-dire une monnaie numérique comme le bitcoin (7,5 contre 6,4);
 - obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant (6,4 contre 5,6);
 - ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux (6,2 contre 5,4).

On a ensuite demandé aux intermédiaires fiscaux qui avaient attribué une cote de 5 ou moins à au moins un comportement d'évitement fiscal d'évaluer la gravité de l'évitement fiscal en fonction du montant d'argent non payé. Pour ce faire, ils ont utilisé une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout un cas de fraude fiscale » et 10, « grave cas de fraude ».

À la question de savoir si le fait d'éviter de payer 1 000 \$ à titre d'impôt représente un grave cas de fraude fiscale, plus du tiers (37 %) estiment que c'est le cas (cotes de 8 à 10), tandis qu'environ le tiers (32 %) ont attribué une cote de 5 ou moins.

On a ensuite demandé à ceux qui avaient attribué une cote de 5 ou moins d'évaluer la gravité si le montant passait à 10 000 \$. Plus de un sur cinq (22 %) estime qu'il s'agit d'un grave cas de fraude, tandis que plus de la moitié (55 %) ont de nouveau attribué une cote de 5 ou moins.

On a ensuite demandé à ces répondants d'évaluer la gravité du fait d'éviter de payer 50 000 \$ à titre d'impôt, ce qui, selon près de 1 sur 10 (7 %), est une fraude fiscale grave.

Tableau 102. Gravité des comportements d'évitement fiscal

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, répondants ayant attribué une cote de 5 ou moins à au moins un comportement d'évitement fiscal (n=260)

Comportements d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 1 000 \$ à titre d'impôt (n=260)	37 %	46 %	12 %	5 %	6,5
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 10 000 \$ à titre d'impôt (n=83)	22 %	52 %	27 %	-	5,2
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 50 000 \$ à titre d'impôt (n=46)	7 %	50 %	41 %	2 %	4,3

FB-9. Vous avez noté [INSÉREZ LE SCÉNARIO ICI] comme n'étant pas un grave cas de fraude fiscale. Veuillez considérer le scénario suivant et notez sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « Pas du tout un cas de fraude fiscale » et « 10 » signifie « Grave cas de fraude fiscale ». Quelle note donneriez-vous :

Enfin, on a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens d'évaluer l'importance des efforts de recouvrement en cas d'évitement fiscal. Pour ce faire, ils devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout important » et 10, « très important ». Plus de trois répondants sur cinq (63 %) sont fortement d'avis qu'il est important (cotes de 8 à 10) que l'Agence recouvre l'impôt impayé lorsque des gens omettent de déclarer des biens ou des revenus étrangers imposables. Dans l'ensemble, le recouvrement de l'impôt impayé sur des biens ou des revenus étrangers a reçu une cote d'importance moyenne de 7,9. Plus de la moitié des intermédiaires fiscaux (51 %) sont fortement d'avis qu'il est important pour l'Agence de recouvrer l'impôt impayé lorsque des gens travaillent clandestinement pour de l'argent, ce qui donne une cote d'importance moyenne de 7,3.

Tableau 103. Importance des efforts de recouvrement en cas d'évitement fiscal

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n=409)

Situations d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens ne déclarent pas des biens ou des revenus étrangers imposables	63 %	28 %	4 %	5 %	7,9
Recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens travaillent clandestinement pour de l'argent	51 %	37 %	8 %	4 %	7,3

F-10. Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « pas du tout important » et 10 signifie « très important », dans quelle mesure est-il important...?

En ce qui concerne les situations d'évitement fiscal, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- En général, pour les indicateurs suivants, les intermédiaires fiscaux en activité depuis plus de 10 ans ont attribué une cote d'importance moyenne plus élevée que ceux en activité depuis 10 ans ou moins :
 - recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens travaillent clandestinement pour de l'argent (7,8 contre 7,0);
 - recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens ne déclarent pas des biens ou des revenus étrangers imposables (8,4 contre 7,5).

Facteurs clés des cotes de rendement de l'Agence

Un élément important de cette recherche consiste à déterminer les facteurs qui ont contribué le plus aux cotes de rendement globales de l'Agence.

Une technique multivariable, connue sous le nom de l'analyse de régression, a été utilisée afin de déterminer l'importance de divers facteurs en matière de confiance et de service en vue de la prévision des cotes de rendement globales de l'Agence. Vous trouverez ci-dessous un modèle détaillé illustrant les diverses caractéristiques et leur incidence relative sur les cotes de rendement globales de l'Agence.

Pour chaque modèle, l'indice de Pratt a été utilisé pour calculer l'importance dérivée de chaque caractéristique précise afin de prédire les cotes de rendement globales de l'Agence. Le produit des coefficients de régression standardisés et des corrélations d'ordre zéro a été calculé pour chaque prédicteur. Ces produits ont ensuite été divisés par l'écart total expliqué par les facteurs clés (r^2) pour produire des valeurs d'importance dérivées pour chaque facteur.

Le calcul de l'importance dérivée exclut les répondants qui n'ont pas fourni une cote valide sur une échelle de 0 à 10 pour les cotes de rendement globales de l'Agence ou les facteurs mis à l'essai dans le modèle.

Les modèles de confiance et de service ont été exécutés de façon indépendante, en raison des différences dans la taille de l'échantillon, car les facteurs de service n'ont été demandés qu'aux personnes qui avaient récemment communiqué avec l'Agence, que ce soit en ligne, par téléphone ou en personne. L'analyse a également été effectuée séparément pour chacun des trois publics cibles : les contribuables particuliers, les petites et moyennes entreprises (PME) et les intermédiaires fiscaux.

Plusieurs facteurs ont produit des coefficients de régression négatifs, dont aucun n'a été jugé significatif sur le plan statistique à un niveau de confiance de 95 %.

Chaque modèle est présenté en même temps que les cotes réelles données par la population respective pour chaque caractéristique, dans ce cas, les trois principales cotes de pourcentage (cotes de 8 à 10).

Population générale

Modèle de confiance

Le premier modèle était composé d'une série de facteurs de confiance afin de déterminer leur incidence relative sur les cotes de rendement globales de l'Agence. L'écart total expliqué par le modèle de régression était relativement faible ($r^2 = 0,51$), ce qui explique un peu plus de la moitié des résultats des cotes de rendement globales. Bien que certains facteurs causaux pouvant avoir contribué aux cotes de rendement de l'Agence puissent avoir été omis dans le modèle, cela peut également être attribuable à des facteurs qui dépassent la portée de l'influence de l'Agence, à des connaissances limitées ou à un manque de communication récente avec l'Agence.

Tableau 104. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi la population générale - facteurs de confiance

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,51$	Cote (% – cote de 8 à 10)
31 %	L'Agence est serviable.	45 %
21%	L'Agence est digne de confiance pour prendre les bonnes mesures	51 %
16 %	Les employés de l'Agence sont capables d'exercer leurs fonctions convenablement	56 %
15 %	L'Agence travaille dans l'intérêt de tous les Canadiens	51 %
10 %	Les renseignements que je reçois de l'Agence sont cohérents.	62 %
3 %	J'ai confiance que l'Agence traitera mes renseignements personnels de manière appropriée.	64 %
2 %	L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus.	51 %
2 %	Je crois que les employés de l'Agence sont dignes de confiance	60 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Le niveau d'importance de chaque caractéristique indique la mesure dans laquelle celle-ci prédit le rendement global de l'Agence. Il y a cinq caractéristiques qui représentent en majeure partie l'écart expliqué (serviabilité, confiance, capacité, avantages pour les Canadiens et cohérence), c'est-à-dire qu'elles ont la plus grande incidence sur les cotes de rendement globales de l'Agence. Les améliorations liées à ces facteurs auront la plus grande incidence sur les cotes de rendement globales de l'Agence.

Le modèle présente également les cotes réelles données par la population générale pour chaque caractéristique (trois cotes les plus élevées). Par exemple, 62 % des Canadiens ont attribué une cote de 8, 9 ou 10 sur 10 à l'Agence pour ce qui est de la cohérence des renseignements, ce qui indique que le rendement de l'Agence à cet égard est plutôt bon. Le modèle démontre également que l'Agence continue d'obtenir un meilleur rendement en ce qui concerne le traitement des renseignements personnels et le fait d'avoir un personnel digne de confiance. Toutefois, l'importance de ces caractéristiques est relativement faible. Ces résultats pourraient découler du fait que les Canadiens s'attendent à ce que le personnel de l'Agence traite leurs renseignements personnels et que l'Agence continue de répondre à cette attente.

Modèle de service

Le deuxième modèle était composé d'une série de facteurs de service afin de déterminer leur incidence relative sur les cotes de rendement globales de l'Agence. L'écart total expliqué par le modèle de régression était très faible ($r^2 = 0,32$), ce qui explique environ un tiers des résultats des cotes de rendement globales.

Il est possible que certains facteurs de causalité soient manquants dans le modèle qui pourraient contribuer aux cotes de rendement de l'Agence.

Tableau 105. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi la population générale - facteurs de service

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,32$	Cote (% – cote de 8 à 10)
33 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	66 %
26 %	Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun	53 %
20 %	Le service offert par l'Agence était facile à accéder.	43 %
15 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	64 %
12 %	Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	64 %
6 %	Le représentant de l'Agence était poli.	75 %
1 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	69 %
-13 %	Le représentant de l'Agence était professionnel.	76 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Le niveau d'importance de chaque caractéristique indique la mesure dans laquelle celle-ci prédit le rendement global de l'Agence. Il y avait cinq caractéristiques qui représentaient la majeure partie de l'écart expliqué : renseignements complets, rapidité du service, facilité d'accès, renseignements faciles à comprendre et représentant de l'Agence qui prend le temps de comprendre la situation.

Bien que la facilité d'accès au service ait été parmi les attributs les plus importants pour la population générale, cette caractéristique a reçu la cote de rendement la plus faible, avec 2 répondants sur 5 (43 %) qui lui ont donné une cote de 8, 9 ou 10. Cela devrait être considéré comme un secteur prioritaire pour l'Agence. Inversement, le professionnalisme du représentant a obtenu une cote élevée (76 %), mais son importance était moindre. Ce modèle indique que le résultat de l'interaction avec les services était de la plus grande importance lorsqu'on tentait d'améliorer les cotes de rendement globales de l'Agence, en mettant l'accent sur les secteurs suivants : renseignements complets, rapidité du service et facilité d'accès.

Petites et moyennes entreprises (PME)

Modèle de confiance

Le premier modèle était composé d'une série de facteurs de confiance afin de déterminer leur incidence relative sur les cotes de rendement globales de l'Agence. L'écart total expliqué par le modèle de régression

était relativement élevé ($r^2 = 0,68$), ce qui explique un peu plus des deux tiers des résultats des cotes de rendement globales.

Tableau 106. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi les PME - facteurs de confiance

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,68$	Cote (% – cote de 8 à 10)
27 %	L'Agence est serviable.	39 %
22 %	Les employés de l'Agence sont capables d'exercer leurs fonctions convenablement	46 %
19 %	L'Agence est digne de confiance pour prendre les bonnes mesures	39 %
9 %	L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales.	46 %
8 %	J'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mon entreprise de manière appropriée.	54 %
7 %	L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens à trouver réponse à leurs questions sur l'impôt ou les prestations.	38 %
7 %	Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps.	53 %
6 %	L'Agence travaille dans l'intérêt de tous les Canadiens	39 %
5 %	L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus d'entreprise.	41 %
3 %	L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun.	59 %
-3 %	Les renseignements que je reçois de l'Agence sont cohérents.	50 %
-10 %	Je crois que les employés de l'Agence sont dignes de confiance	50 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Le niveau d'importance de chaque caractéristique indique la mesure dans laquelle celle-ci prédit le rendement global de l'Agence. Il y a trois caractéristiques qui représentent en majeure partie l'écart expliqué (serviabilité, capacité et confiance que ce qui est juste sera fait), c'est-à-dire qu'elles ont la plus grande incidence sur les cotes de rendement globales de l'Agence. Les améliorations liées à ces facteurs auront la plus grande incidence sur les cotes de rendement globales de l'Agence.

Plus précisément, la mesure dans laquelle l'Agence est utile et les entreprises lui font confiance pour faire ce qui est juste figurait parmi les trois cotes les plus faibles attribuées pour chaque caractéristique (39 %, respectivement), ce qui représente les secteurs prioritaires pour améliorer les perceptions générales de l'Agence. Le modèle démontre également que l'Agence a obtenu de bien meilleurs résultats en ce qui concerne le traitement des déclarations de revenus des entreprises en temps opportun (59 %), la réception de renseignements cohérents (50 %) et la fiabilité des employés de l'Agence (50 %). Toutefois, l'importance de ces caractéristiques est relativement faible.

Modèle de service

Le deuxième modèle était composé d'une série de facteurs de service afin de déterminer leur incidence relative sur les cotes de rendement globales de l'Agence. L'écart total expliqué par le modèle de régression était modéré ($r^2 = 0,58$), ce qui explique près des trois cinquièmes des résultats des cotes de rendement globales.

Tableau 107. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi les PME - facteurs de service

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,58$	Cote (% – cote de 8 à 10)
44 %	Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun	44 %
24 %	Le service offert par l'Agence était facile à accéder.	46 %
17 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	59 %
11 %	Le représentant de l'Agence était poli.	63 %
7 %	Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	54 %
5 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	54 %
-4 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	54 %
-4 %	Le représentant de l'Agence était professionnel.	62 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Le niveau d'importance de chaque caractéristique indique la mesure dans laquelle celle-ci prédit le rendement global de l'Agence. Il y avait quatre caractéristiques qui représentaient la majeure partie de l'écart expliqué : rapidité du service, facilité d'accès, exactitude des renseignements et services courtois.

La rapidité du service était de loin la caractéristique la plus importante relevée parmi les PME interrogées, avec plus de deux répondants sur cinq (44 %) ayant fourni une cote de 8, 9 ou 10, ce qui représente une possibilité d'amélioration prioritaire. La facilité d'accès a été positionnée de la même façon, avec un niveau d'importance élevé et une cote inférieure aux trois premiers. Inversement, le professionnalisme du représentant a obtenu une cote élevée (62 %), mais son importance était moindre.

Intermédiaires fiscaux

Modèle de confiance

Le premier modèle était composé d'une série de facteurs de confiance afin de déterminer leur incidence relative sur les cotes de rendement globales de l'Agence. L'écart total expliqué par le modèle de régression était relativement élevé ($r^2 = 0,66$), ce qui explique environ les deux tiers des résultats des cotes de rendement globales.

Tableau 108. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi les intermédiaires fiscaux - facteurs de confiance

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,66$	Cote (% – cote de 8 à 10)
30 %	L'Agence est serviable.	54 %
15 %	L'Agence est digne de confiance pour prendre les bonnes mesures	53 %
15 %	L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens à trouver réponse à leurs questions sur l'impôt ou les prestations.	50 %
13 %	L'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises.	51 %
12 %	L'Agence travaille dans l'intérêt de tous les Canadiens	52 %
9 %	L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que vos clients d'entreprises puissent respecter leurs obligations fiscales.	53 %
4 %	Je crois que les employés de l'Agence sont dignes de confiance	58 %
2 %	Les renseignements que je reçois de l'Agence sont cohérents.	56 %
1 %	Les renseignements fournis par l'Agence pour mes clients d'entreprise arrivent à temps.	51 %
1 %	L'Agence traite les déclarations de revenus des entreprises en temps opportun.	56 %
< 1 %	Les employés de l'Agence sont capables d'exercer leurs fonctions convenablement	55 %
-2 %	J'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mes clients d'entreprise de manière appropriée.	58 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Il y a cinq caractéristiques qui représentent en majeure partie l'écart expliqué (serviabilité, confiance que ce qui est juste sera fait, travailler dur pour les Canadiens, facilité de production des déclarations avantages pour les Canadiens), c'est-à-dire qu'elles ont la plus grande incidence sur les cotes de rendement globales de l'Agence. Les améliorations liées à ces facteurs auront la plus grande incidence sur les cotes de rendement globales de l'Agence.

Plus précisément, le modèle démontre que l'utilité de l'Agence a obtenu la cote la plus élevée, avec plus de la moitié des intermédiaires fiscaux ayant accordé une cote de 8, 9 ou 10, ce qui laisse entendre que l'Agence obtient un rendement modéré à cet égard. Le modèle démontre également que l'Agence continue d'obtenir un meilleur rendement en ce qui concerne le traitement des renseignements des

clients et la capacité à faire le travail. Toutefois, l'importance de ces caractéristiques est relativement faible.

Modèle de service

Le deuxième modèle était composé d'une série de facteurs de service afin de déterminer leur incidence relative sur les cotes de rendement globales de l'Agence. L'écart total expliqué par le modèle de régression était relativement faible ($r^2 = 0,57$), ce qui explique près des trois cinquièmes des résultats des cotes de rendement globales.

Tableau 108. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi les intermédiaires fiscaux - facteurs de service

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,57$	Cote (% – cote de 8 à 10)
47 %	Le service offert par l'Agence était facile à accéder.	55 %
34 %	Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun	53 %
9 %	Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	60 %
9 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	62 %
5 %	Le représentant de l'Agence était professionnel.	66 %
-1 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	57 %
-1 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	59 %
-2 %	Le représentant de l'Agence était poli.	66 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Le niveau d'importance de chaque caractéristique indique la mesure dans laquelle celle-ci prédit le rendement global de l'Agence. Il y avait deux caractéristiques qui représentaient la majeure partie de l'écart expliqué : la facilité d'accès et la rapidité du service.

Les deux caractéristiques de service qui, de loin, ont le plus d'importance sont également les deux qui ont les pires cotes. Bien que la facilité d'accès au service soit la caractéristique la plus importante pour les intermédiaires fiscaux, plus de la moitié (55 %) lui ont donné une cote de 8, 9 ou 10. Une tendance semblable a été observée pour la rapidité du service, qui a reçu une mauvaise cote dans le classement général, malgré un niveau élevé d'importance pour les cotes de rendement globales. Ces deux attributs devraient être le principal point d'intérêt de l'Agence à l'avenir.

Profil des répondants

Population générale

Tableau P1. Langue

Base : (Population générale) Tous les répondants (n=2 408)

Genre	Total non pondéré (n=2 408)	Total pondéré (n=2 408)
Anglais	79 %	79 %
Français	21 %	21 %

Tableau P2. Genre

Base : (Population générale) Tous les répondants (n=2 408)

Genre	Total non pondéré (n=2 408)	Total pondéré (n=2 408)
Homme	49 %	48 %
Femme	50 %	51 %
Autre identité de genre	< 1 %	< 1 %
Je préfère ne pas répondre	< 1 %	< 1 %

Tableau P3. Âge

Base : (Population générale) Tous les répondants (n=2 408)

Âge	Total non pondéré (n=2 408)	Total pondéré (n=2 408)
De 18 à 24 ans	4 %	11 %
De 25 à 34 ans	9 %	16 %
De 35 à 49 ans	19 %	25 %
De 50 à 64 ans	28 %	27 %
65 ans ou plus	39 %	21 %
Je préfère ne pas répondre	1 %	1 %

Tableau P4. Région

Base : (Population générale) Tous les répondants (n=2 408)

Région	Total non pondéré (n=2 408)	Total pondéré (n=2 408)
Colombie-Britannique	13 %	13 %
Alberta	9 %	11 %
Saskatchewan	5 %	3 %
Manitoba	6 %	3 %
Ontario	33 %	38 %
Québec	23 %	23 %
Nouveau-Brunswick	3 %	2 %
Nouvelle-Écosse	4 %	3 %
Île-du-Prince-Édouard	1 %	1 %
Terre-Neuve-et- Labrador	2 %	1 %
Yukon	< 1 %	< 1 %
Territoires du Nord- Ouest	< 1 %	< 1 %
Nunavut	< 1 %	< 1 %

Tableau P5. Niveau de scolarité

Base : (Population générale) Tous les répondants (n=2 408)

Niveau de scolarité	Total non pondéré (n=2 408)	Total pondéré (n=2 408)
8 ^e année ou moins	1 %	1 %
Études secondaires non terminées	8 %	7 %
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	19 %	20 %
Apprentissage enregistré ou autre certificat ou diplôme d'une école de métiers	5 %	4 %
Certificat ou diplôme d'un collège, d'un cégep ou d'une institution non universitaire	21 %	20 %
Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat	9 %	9 %
Baccalauréat	20 %	23 %

Diplôme universitaire supérieur au baccalauréat	16 %	15 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	1 %	1 %

Tableau P6. Lieu de naissance

Base : (Population générale) Tous les répondants (n=2 408)

Lieu de naissance	Total non pondéré (n=2 408)	Total pondéré (n=2 408)
Canada	81 %	78 %
Chine	1 %	1 %
Angleterre	1 %	1 %
France	1 %	1 %
Haïti	1 %	1 %
Inde	1 %	2 %
Nigéria	< 1 %	1 %
Royaume-Uni	1 %	1 %
États-Unis	1 %	1 %
Autre	11 %	12 %
Je préfère ne pas répondre	15	1 %

Tableau P7. Temps passé au Canada

Base : (Population générale) Répondants qui ne sont pas nés au Canada (n=430)

Temps passé au Canada	Total non pondéré (n=430)	Total pondéré (n=430)
Moins d'un an	2 %	4 %
Au moins un an, mais moins de cinq ans	8 %	13 %
Au moins 5 ans, mais moins de 10 ans	11 %	13 %
10 ans ou plus	79 %	70 %

Tableau P8. Statut d'emploi courant

Base : (Population générale) Tous les répondants (n=2 408)

Statut d'emploi	Total non pondéré (n=2 408)	Total pondéré (n=2 408)
Employé à temps plein, c'est-à-dire pendant 35 heures ou plus par semaine	36 %	44 %
Employé à temps partiel, c'est-à-dire pendant moins de 35 heures par semaine	6 %	8 %
Travailleur indépendant	8 %	8 %
Sans emploi, mais à la recherche de travail	4 %	5 %
Étudiant à temps plein	2 %	6 %
Retraité	39 %	23 %
Pas dans la population active	4 %	4 %
Autre	1 %	1 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	< 1 %	< 1 %

Tableau P9. Principale source de revenus

Base : (Population générale) Tous les répondants (n=2 408)

Source de revenus	Total non pondéré (n=2 408)	Total pondéré (n=2 408)
Salaire payé par un employeur	42 %	54 %
Propriétaire d'entreprise ou associé – propriétaire unique	5 %	6 %
Propriétaire d'entreprise ou associé – société	2 %	3 %
Revenus de placements	4 %	3 %
Régime de retraite privé ou caisse de retraite constituée	10 %	6 %
Pension du gouvernement	25 %	16 %
Prestations	2 %	2 %
Autre	3 %	3 %

Pension alimentaire versée à un conjoint, à un enfant ou à un parent	2 %	3 %
Aucune source de revenus	2 %	3 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	2 %	2 %

Tableau P10. Revenu d'entreprise annuel approximatif

Base : (Population générale) Répondants qui sont des propriétaires d'entreprise ou des associés (n=185)

Revenu annuel	Total non pondéré (n=185)	Total pondéré (n=185)
Moins de 30 000 \$	19 %	24 %
De 30 000 \$ à moins de 500 000 \$	55 %	51 %
De 500 000 à moins de 1 million de dollars	3 %	2 %
De 1 à moins de 4 millions de dollars	2 %	2 %
De 4 à moins de 10 millions de dollars	2 %	2 %
Je préfère ne pas répondre	19 %	19 %

Tableau P11. Revenu du ménage approximatif

Base : (Population générale) Tous les répondants (n=2 408)

Revenu annuel	Total non pondéré (n=2 408)	Total pondéré (n=2 408)
Moins de 20 000 \$	9 %	10 %
De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$	15 %	13 %
De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$	14 %	13 %
De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$	12 %	12 %
De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$	10 %	10 %
De 100 000 \$ à moins de 120 000 \$	8 %	9 %
De 120 000 \$ à moins de 150 000 \$	6 %	6 %
150 000 \$ et plus	12 %	14 %
Je préfère ne pas répondre	14 %	13 %

Tableau P12. Statut d'Autochtone

Base : (Population générale) Tous les répondants (n=2 408)

Statut d'Autochtone	Total non pondéré (n=2 408)	Total pondéré (n=2 408)
Autochtone	4 %	5 %
Non-Autochtone	95 %	94 %
Je préfère ne pas répondre	1 %	1 %

Tableau P13. Statut de personne en situation de handicap

Base : (Population générale) Tous les répondants (n=2 408)

Statut d'Autochtone	Total non pondéré (n=2 408)	Total pondéré (n=2 408)
Répondants qui sont en situation de handicap	14 %	12 %
Répondants qui ne sont pas en situation de handicap	85 %	87 %
Je ne sais pas	< 1 %	< 1 %
Je préfère ne pas répondre	< 1 %	< 1 %

Petites et moyennes entreprises (PME)

Tableau P14. Langue

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Langue	Total (n=745)
Anglais	82 %
Français	18 %

Tableau P15. Région

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Région	Total (n=745)
Colombie-Britannique	12 %
Alberta	15 %
Saskatchewan	4 %
Manitoba	4 %
Ontario	38 %
Québec	19 %
Nouveau-Brunswick	2 %
Nouvelle-Écosse	3 %
Île-du-Prince-Édouard	1 %
Terre-Neuve-et- Labrador	1 %

Tableau P16. Nombre d'employés (y compris le répondant)

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Nombre d'employés	Total (n=745)
1	61 %
De 2 à 4	23 %
De 5 à 19	10 %
De 20 à 49	2 %
De 50 à 99	1 %
100 ou plus	2 %

Tableau P17. Revenu d'entreprise annuel approximatif

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Revenu annuel	Total (n=745)
Moins de 30 000 \$	34 %
De 30 000 \$ à moins de 500 000 \$	54 %
De 500 000 à moins de 1 million de dollars	4 %
De 1 à moins de 4 millions de dollars	4 %
De 4 à moins de 10 millions de dollars	2 %
De 10 à moins de 20 millions de dollars	1 %
De 20 à moins de 50 millions de dollars	< 1 %
De 50 à moins de 250 millions de dollars	1 %
Moyenne	2 300 000 \$

Tableau P18. Type d'entreprise

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Type d'entreprise	Total (n=745)
Une entreprise individuelle	67 %
Une entreprise constituée en personne morale	21 %
Une société de personnes	9 %
Un organisme à but non lucratif	2 %
Une coopérative	1 %
Un organisme de bienfaisance enregistré	< 1 %

Tableau P19. Participation à la prise de décisions opérationnelles

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Participation à la prise de décisions opérationnelles	Total (n=745)
Questions d'ordre fiscal	100 %
Comptabilité/Tenue de livres	88 %
Préparation de la TPS/TVH	76 %
Paie	60 %

Tableau P20. Poste au sein de l'entreprise

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Poste au sein de l'entreprise	Total (n=745)
Président, PDG ou propriétaire	90 %
Gestionnaire	4 %
Directeur financier/contrôleur	3 %
Commis comptable	1 %
Gestionnaire ou agent de la paie	1 %
Comptable	1 %
Agent financier	< 1 %

Tableau P21. Genre

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Genre	Total (n=745)
Homme	45 %
Femme	53 %
Autre identité de genre	1 %
Je préfère ne pas répondre	1 %

Tableau P22. Âge

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Âge	Total (n=745)
De 18 à 24 ans	3 %
De 25 à 34 ans	13 %
De 35 à 49 ans	29 %
De 50 à 64 ans	38 %
65 ans ou plus	16 %
Je préfère ne pas répondre	1 %

Tableau P23. Industrie ou secteur d'activité (réponses d'au moins 1 %)

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Industries et secteurs	Total (n=745)
Services d'hébergement et de restauration	3 %
Administration et soutien	3 %
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	3 %
Arts, spectacles et loisirs	10 %
Construction	7 %
Services d'enseignement	4 %
Finance et assurances	3 %
Soins de santé et assistance sociale	8 %
Gestion de sociétés et d'entreprises	1 %
Fabrication	22 %
Extraction minière, pétrolière et gazière	1 %
Services professionnels, scientifiques et techniques	19 %
Services immobiliers et services de location et de location à bail	4 %
Organisme de bienfaisance enregistré	1 %
Commerce de détail	9 %
Transport et entreposage	3 %
Services publics	1 %
Commerce de gros	2 %
Industrie de l'information et industrie culturelle	2 %

Réparations automobiles	1 %
Services de garde d'enfants ou de garderie	1 %
Services de consultation	1 %
Services de nettoyage ou d'entretien ménager	2 %
Industrie des services personnels	1 %
Soins ou services de toilettage pour animaux domestiques	1 %
Édition ou publicité	1 %
Industrie des services ou des gardiens de sécurité	1 %
Tourisme ou agence de voyage	1 %
Industrie du conditionnement physique ou du mieux-être	1 %
Industrie du marketing ou des ventes	1 %
Industrie de la beauté ou de la mode	1 %
Autre	3 %
Je préfère ne pas répondre	4 %

Tableau P24. Années d'exploitation de l'entreprise à ce jour

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Années d'exploitation	Total (n=745)
Moins d'un an	8 %
1 à 2 ans	11 %
3 à 5 ans	20 %
6 à 10 ans	12 %
Plus de 10 ans	48 %
Je préfère ne pas répondre	2 %

Tableau P25. Statut d'Autochtone

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Statut d'Autochtone	Total (n=745)
Autochtone	4 %
Non-Autochtone	95 %
Je préfère ne pas répondre	1 %

Tableau P26. Statut de personne en situation de handicap

Base : (PME) Tous les répondants (n=745)

Statut d'Autochtone	Total (n=745)
Répondants qui sont en situation de handicap	13 %
Répondants qui ne sont pas en situation de handicap	84 %
Je ne sais pas	1 %
Je préfère ne pas répondre	2 %

Intermédiaires fiscaux

Tableau P27. Langue

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n=812)

Langue	Total (n=745)
Anglais	89 %
Français	11 %

Tableau P28. Région

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n=812)

Région	Total (n=745)
Colombie-Britannique	14 %
Alberta	11 %
Saskatchewan	4 %
Manitoba	4 %
Ontario	35 %
Québec	24 %
Nouveau-Brunswick	3 %
Nouvelle-Écosse	3 %
Île-du-Prince-Édouard	1 %
Terre-Neuve-et- Labrador	1 %
Exploitation nationale	1 %
Je préfère ne pas répondre	1 %

Tableau P29. Travaux liés à l'impôt effectués pour le compte de petites entreprises clientes

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n=812)

Travaux liés à l'impôt pour le compte d'entreprises clientes	Total (n=812)
Comptabilité	46 %
Paie	42 %
Préparation de déclarations	39 %
Tenue de livres	37 %
Consultation	1 %
Services professionnels ou travaux techniques	1 %
Marketing ou ventes	< 1 %
Aucun	1 %
Autre	3 %
Je préfère ne pas répondre	13 %

Tableau P30. Années d'exploitation de l'entreprise à ce jour

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n=812)

Années d'exploitation	Total (n=812)
Moins d'un an	46 %
1 à 2 ans	42 %
3 à 5 ans	39 %
6 à 10 ans	37 %
Plus de 10 ans	1 %
Je préfère ne pas répondre	1 %

Méthode de recherche

Aperçu

Deux sondages ont été réalisés, soit un sondage téléphonique auprès de contribuables particuliers et un sondage en ligne auprès de petites et moyennes entreprises (PME) ainsi que d'intermédiaires fiscaux.

Un sondage téléphonique auprès d'un échantillon aléatoire de 2 408 répondants a été mené entre le 20 janvier et le 28 février 2022. Les membres du public cible étaient les contribuables âgés de 18 ans et plus résidant au Canada depuis au moins un an (opérationnalisés dans le cadre de cette recherche comme un échantillon de Canadiens adultes résidant presque universellement au Canada depuis au moins un an).

De plus, un sondage en ligne auprès de 745 PME et de 812 intermédiaires fiscaux a été mené entre le 20 janvier et le 28 février 2022. Les PME cibles étaient des entreprises comptant moins de 100 employés et comprenaient des décideurs ou des personnes prenant part aux décisions en matière de fiscalité, de paie, de préparation de la TPS/TVH ou de tenue de livres. Les titres de poste ciblés étaient les suivants :

- président, PDG ou propriétaire;
- administrateur supérieur des affaires financières/contrôleur;
- comptable;
- gestionnaire/agent de la paie;
- Gestionnaire
- commis comptable;
- agent financier.

Les intermédiaires fiscaux cibles étaient des personnes qui travaillaient avec des clients de petites entreprises (moins de 100 employés) relativement à des questions liées à l'impôt ou à la paie.

Conception du questionnaire

Les questions posées dans le cadre de cette étude ont été fournies par l'Agence. Quorus a examiné les questions, fourni des suggestions et préparé celles-ci dans un format adapté à la collecte de renseignements par téléphone ou en ligne. Conformément aux normes du gouvernement du Canada, des sondages-tests ont été menés en anglais et en français.

Particuliers

Échantillonnage

Le sondage auprès des contribuables particuliers a été conçu pour être réalisé auprès d'un échantillon aléatoire de 2 408 Canadiens adultes âgés de 18 ans ou plus. Un échantillon de 2 408 répondants engendre une marge d'erreur globale de $\pm 2,0$ points de pourcentage, 19 fois sur 20. Étant donné qu'il s'agit d'un échantillonnage probabiliste effectué au moyen d'une collecte de données randomisées, les résultats du sondage sont extrapolables à l'ensemble de la population adulte canadienne. Le nombre cible approximatif de sondages réalisés en fonction de l'âge, du sexe et de la région a été atteint. Pour refléter le mieux possible la véritable répartition des Canadiens adultes selon ces aspects essentiels, on a mis en place des pondérations statistiques modestes (une pratique de recherche standard dans les études de ce type), réduisant ainsi les possibilités de biais de non-réponse qui auraient pu survenir par rapport à ces trois dimensions démographiques.

L'échantillon fourni pour la composition comportait des dossiers de coordonnées qui reflétaient une composition téléphonique aléatoire, ce qui comprenait un très grand nombre de numéros de téléphone qui ne sont pas en service ou qui ne sont plus attribués. Pour ce qui est des téléphones filaires, les dossiers ont été tirés d'une liste de ménages sélectionnés au hasard compilés à partir de numéros de téléphone au Canada, provenant d'une base de données qui est mise à jour tous les trimestres. Les numéros répertoriés et non répertoriés ont été inclus dans l'échantillon. Quorus Consulting a utilisé le logiciel d'échantillonnage Échantillonneur Canada d'ASDE Inc. pour générer des échantillons de numéros de téléphones filaires du grand public au Canada, lequel est devenu un logiciel standard pour de nombreuses entreprises au Canada. Ce logiciel s'est révélé efficace pour fournir un échantillon équivalent à la composition téléphonique aléatoire. Des numéros de téléphones cellulaires générés au hasard ont également été utilisés. Conformément aux exigences relatives à l'énoncé des travaux, l'échantillon comprenait dès le départ un minimum de 30 % d'utilisateurs de téléphones cellulaires seulement, en plus des numéros de téléphones filaires.

L'échantillon a été stratifié par région afin d'assurer la représentation régionale comme suit :

Région	Cibles atteintes
Canada atlantique	260
Québec	550
Ontario/Nunavut	800
Prairies/T.N.-O.	480
C.-B./Yukon	310
Total	2 400

Le plan d'entrevues ciblées comprenait des quotas globaux selon l'âge et le sexe, ainsi que par région. Les quotas de sexe étaient d'environ 50/50, tandis que les quotas d'âge ont été répartis en cinq groupes : de 18 à 24 ans, de 25 à 34 ans, de 35 à 49 ans, de 50 à 64 ans et 65 ans ou plus.

Administration

Comme il a été mentionné, le sondage a été réalisé par téléphone. Le sondage a été programmé par Quorus et son partenaire de collecte de données en anglais et en français au moyen d'un logiciel d'interview téléphonique assistée par ordinateur (ITAO). Les répondants avaient l'option de remplir le sondage dans la langue officielle de leur choix. Les membres du personnel bilingue ont fourni de l'aide, au besoin, et ont assuré une supervision bilingue continue.

En ce qui a trait à la formation, en plus d'un processus de sélection et de formation général exhaustif, les superviseurs et les intervieweurs ont reçu une formation personnalisée propre à un projet, un examen du questionnaire comprenant une terminologie, des prononciations et des acronymes précis, ainsi que des renseignements généraux sur les buts et les objectifs du projet.

Pour ce qui est de la supervision, à l'instar de tous les projets, le ratio était d'un superviseur pour 15 intervieweurs. Ce « superviseur d'étage » répond aux questions, gère les acheminements aux échelons supérieurs, veille à ce que la technologie fonctionne correctement et surveille les intervieweurs. De plus, au moins 10 % des entrevues ont fait l'objet d'une vérification au moyen de l'examen des entrevues enregistrées ou de la surveillance en direct (deux fois le pourcentage requis dans les lignes directrices de l'industrie).

Une fois programmé, le sondage a fait l'objet de tests approfondis visant à vérifier que l'enchaînement des questions était le bon (ordre et questions sautées). En plus de ces tests, un sondage-test a été mené, ce qui s'est traduit par 10 sondages en anglais et 10 en français. L'objectif général du sondage-test consistait à s'assurer que :

- la formulation des questions était clairement comprise et sans ambiguïté;
- la séquence des questions était appropriée;
- les catégories de réponse nécessaires étaient incluses pour chaque question;
- ni les questions précises ni le sondage dans l'ensemble n'ont suscité une réaction négative ou un inconfort chez les répondants.

À la suite du sondage-test, les données ont été examinées attentivement afin d'en assurer l'exactitude et de cerner les aspects qui devaient être modifiés. Un rapport sur le sondage-test a été préparé pour décrire les résultats. Le sondage a fait l'objet d'une série de révisions afin de réduire la durée moyenne à environ 15 minutes.

En plus des questions réelles du sondage, une section a été incluse à la fin du questionnaire afin de vérifier la compréhension du sondage par les répondants et leur expérience relative à ce sondage. Aucun

changement à l'instrument de sondage n'a été jugé nécessaire à la suite de cet exercice, et les réponses ont finalement été incluses dans l'échantillon final.

Les travaux sur le terrain ont été surveillés de façon continue, ce qui a permis aux superviseurs de déterminer si des difficultés ont été éprouvées à l'aide de la répartition des appels ou des renseignements concernant les réponses non valides. En moyenne, les répondants ont pris environ 15 minutes pour répondre au sondage. Un plan de composition a été mis en œuvre dans le cadre duquel il y avait au moins cinq tentatives pour les numéros de téléphones filaires, et au moins cinq tentatives pour les numéros de téléphones cellulaires. Les appels et les rappels étaient effectués à différents moments pendant la journée, ce qui comprenait des appels le jour et le soir, au plus tard à 21 h dans un fuseau horaire donné.

Quorus Consulting et son partenaire de collecte de données ont utilisé un certain nombre de techniques pour maintenir le taux de réponse le plus élevé possible :

- la formation de tous les intervieweurs concernant les techniques d'entrevue téléphonique et des séances d'information complètes sur le projet afin de garantir des activités de collecte de données professionnelles et exhaustives;
- la supervision intégrale de toutes les entrevues par des superviseurs chevronnés;
- la surveillance continue en ligne des entrevues en cours par les superviseurs (10 % des entrevues sont surveillées ou font l'objet d'un rappel aux fins de vérification);
- des essais préalables de tous les instruments de sondage à l'étape de conception par le personnel supérieur des bureaux locaux afin de s'assurer que la meilleure expérience possible est offerte au répondant;
- l'élaboration d'échantillons à l'interne au moyen de consultations entre le personnel des services de données et le directeur de projet afin de s'assurer que l'échantillon définitif du projet ou les dossiers de coordonnées ont été créés de façon uniforme;
- les règles d'appel pour maintenir les taux de réponse élevés et réduire au minimum le biais de non-réponse, y compris la mise en œuvre d'un plan de composition, dans le cadre duquel il y a au moins cinq tentatives pour les numéros de téléphones filaires, et au moins cinq rappels pour les numéros de téléphones cellulaires, effectuant des appels à différents moments de la journée, et coordonnant les rappels.

Si un intervieweur ne parlait pas la langue officielle demandée par le répondant, l'entrevue était transférée à un autre intervieweur ou un rappel était organisé dans un délai de 20 minutes (ou à un autre moment si le répondant en fait la demande). Lorsqu'on appelait à un endroit particulier en employant une langue prédominante (p. ex., le français au Québec), l'appel initial était effectué par les intervieweurs qui parlent la langue prédominante afin de réduire au minimum le nombre de transferts requis.

Les tableaux ci-dessous relatifs au sondage téléphonique présentent les données sur les régions, le sexe et l'âge en ce qui a trait à la répartition réelle des Canadiens adultes, tel qu'il est répertorié dans le recensement de 2016 de Statistique Canada. De plus, les quotas cibles et les sondages remplis pour chaque région, sexe et segment d'âge sont détaillés (tant en ce qui concerne le *nombre* réel de sondages remplis que le *pourcentage* de tous les sondages remplis). Les tableaux des pages suivantes présentent les données en *chiffres* pondérés et non pondérés, ainsi qu'en *pourcentage* par rapport à l'ensemble des sondages recueillis pour les dimensions démographiques pertinentes.

Mise en tableau des données : Il y a eu un total de 60 cellules de pondération statistique qui se chevauchent ou qui ont été créées à partir de la conception de l'étude à l'aide des facteurs de pondération de la région (6 : Atlantique, Québec, Ontario/Nunavut, Manitoba/Saskatchewan, Alberta/Territoires du Nord-Ouest, et Colombie-Britannique/Yukon); du groupe d'âge (5 : de 18 à 24 ans, de 25 à 34 ans, de 35 à 49 ans, de 50 à 64 ans et 65 ans ou plus); et du sexe (2 : hommes, femmes). Le total de 60 cellules de pondération statistique différentes qui se chevauchent est atteint quand l'on multiplie le nombre de catégories de région (6) x groupe d'âge (5) x sexe (2) = 60. Les données sur la population pour les 60 cellules de pondération statistique sont tirées du plus récent recensement canadien (2016) et peuvent être consultées ici :

<https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/dp-pd/dt-td/Rp-fra.cfm?TABID=2&LANG=F&A=R&APATH=3&DETAIL=0&DIM=0&FL=A&FREE=0&GC=01&GL=-1&GID=1165052&GK=1&GRP=1&O=D&PID=109525&PRID=0&PTYPE=109445&S=0&SHOWALL=0&SUB=0&Temporal=2016&THEME=115&VID=0&VNAMEE=&VNAMEF=&D1=0&D2=0&D3=0&D4=0&D5=0&D6=0>

Il convient également de noter qu'un petit nombre de personnes n'ont pas été placées dans l'une des 60 cellules de pondération, car elles ont été désignées comme étant des personnes de diverses identités de genre ou elles préféreraient ne pas répondre à la question de genre. Aux fins de mise en tableau des données, une valeur de pondération de 1,0 leur a été attribuée.

Sondage téléphonique (Les pourcentages pourraient ne pas arriver exactement à 100 % en raison de l'arrondissement) :

Sous-segments	Recensement de 2016	Quota cible (n =)	Quota cible (%)	Sondages réalisés (données non pondérées) (n =)	Sondages réalisés (données non pondérées) (%)	Sondages réalisés (données pondérées) (n =)	Sondages réalisés (données pondérées) (%)
Région – Canada atlantique	6,8 %	260	10,8 %	260	10,8 %	162	6,7 %
Région – Québec	23,4 %	550	22,9 %	551	22,9 %	566	23,5 %
Région – Ontario/Nunavut	38,4 %	800	33,3 %	802	33,3 %	920	38,2 %
Région – Prairies/T.N.-O.	17,8 %	480	20,0 %	484	20,1 %	431	17,9 %
Région – C.-B./Yukon	13,6 %	310	12,9 %	311	12,9 %	329	13,7 %
Sexe – homme	48,6 %	1 166	48,6 %	1 181	49,0 %	1 162	48,2 %
Sexe – femme	51,4 %	1 234	51,4 %	1 210	50,2 %	1 229	51,1 %
Âge – de 18 à 24 ans	14,6 %	350	14,6 %	94	3,9 %	261	10,9 %
Âge – de 25 à 34 ans	15,7 %	377	15,7 %	215	8,9 %	392	16,3 %
Âge – de 35 à 49 ans	23,6 %	566	23,6 %	462	19,2 %	590	24,5 %
Âge – de 50 à 64 ans	25,9 %	622	25,9 %	686	28,5 %	644	26,7 %
Âge – 65 ans et plus	20,2 %	485	20,2 %	938	39,0 %	507	21,1 %

Taux de participation/réponse : Les taux ci-dessous ont été calculés à l'aide des éléments principaux de la formule recommandée par la Direction de la recherche sur l'opinion publique du gouvernement du Canada :

Résultats :

A. Nombre total de tentatives d'appel	167 497
Nombre total de numéros non valides	72 799
B. Nombre total d'appels non résolus (NR)	77 915
Pas de réponse, répondeur	77 915
C. Unités admissibles non répondantes (UA)	14 283
Barrière linguistique	374
Impossibilité de répondre au sondage (malade/décédé)	192
Rappel (répondant non disponible)	1 268
Refus	11 956
Mis fin à l'appel	493
D. Unités répondantes (UR)	2 500
Quota atteint/non réalisé	58
Entrevues terminées	2 408
NA – le répondant est âgé de moins de 18 ans	33
Taux de réponse arrondi : $UR \div (NR + UA + UR) = 2\,500 \div (77\,915 + 14\,283 + 2\,500)$	2,64
Incidence	98,68

En ce qui concerne le sondage téléphonique, la marge d'erreur illustre l'erreur d'échantillonnage et elle est présentée dans le tableau ci-dessous :

Région	Cibles atteintes	Marge d'erreur (sondage de base)	Marge d'erreur (modules de service et d'observation)
Canada atlantique	260	± 6,1 %	± 8,6 %
Québec	550	± 4,2 %	± 5,9 %
Ontario/Nunavut	800	± 3,5 %	± 4,9 %
Prairies/T.N.-O.	480	± 4,5 %	± 6,3 %
C.-B./Yukon	310	± 5,6 %	± 7,9 %
Total	2 400	± 2,0 %	± 2,8 %

Étant donné que cette méthode de sondage téléphonique comportait un échantillonnage probabiliste, les données recueillies peuvent être extrapolées à la population générale canadienne d'adultes âgés de 18 ans ou plus, en respectant les limites des marges d'erreur et de l'intervalle de confiance du répondant.

PME et intermédiaires fiscaux

Échantillonnage

Étant donné le chevauchement des questions pour ces deux publics (c.-à-d., les PME et les intermédiaires fiscaux), les questions ont été regroupées en un seul sondage avec des volets pour les deux publics cibles. On a fait passer le questionnaire du sondage en ligne. L'échantillonnage a été conçu pour atteindre 800 sondages auprès de chaque public cible. Étant donné que les sondages auprès des PME et des intermédiaires fiscaux consistaient en des échantillonnages non probabilistes effectués au moyen d'un panel en ligne de représentants d'entreprise répondants accessible sur le marché, les résultats du sondage ne sont pas extrapolables à l'ensemble des populations canadiennes de PME et d'intermédiaires fiscaux.

Quorus a eu recours aux services du fournisseur de panel en ligne Dynata pour cette étude. Les membres du panel sont recrutés à partir d'un grand nombre de sources afin de maximiser la diversité et la représentation. Cela comprend des groupes de discussion sur la loyauté, l'inscription et les partenariats organiques et ouverts, ainsi qu'un réseau d'affiliation. Dynata a recours à des techniques solides en matière de gestion de groupes de discussion pour surveiller la qualité des données au moyen de divers contrôles de qualité, comme les limites du nombre de participants, les questions de sélection, la prise d'empreintes digitales, les interventions aléatoires et illogiques, le repérage et le retrait des répondants qui choisissent une même réponse pour l'ensemble des questions et les répondants qui répondent trop rapidement au sondage. De plus, Dynata mesure régulièrement la satisfaction des participants à l'égard d'éléments comme la fréquence des invitations, la valeur et la diversité des incitatifs ainsi que les choix de reprise, leur disposition à remplir divers sondages et leur niveau de réceptivité à l'égard des questions ou des préoccupations qu'ils communiquent à l'équipe des services aux membres de Dynata. Des objectifs régionaux ont été établis pour les PME et les intermédiaires fiscaux afin d'assurer une solide représentation régionale dans l'ensemble du pays et d'assurer l'uniformité de la distribution des sondages remplis avec l'approche adoptée l'année précédente.

Administration

Les sondages en ligne utilisés ont été programmés par Quorus en anglais et en français. L'invitation officielle aux répondants était formulée dans la langue officielle de leur choix. De plus, pendant qu'ils répondaient aux questions, les participants avaient la possibilité de basculer entre les deux langues en tout temps. S'ils avaient besoin de l'aide d'employés bilingues pour répondre au sondage, celle-ci leur était fournie. Les répondants ont pu vérifier la légitimité du sondage en communiquant avec des représentants de Quorus ou de l'Agence du revenu du Canada, ou en envoyant une demande par courriel au Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien. Une fois programmé, chaque sondage a fait l'objet de tests visant à vérifier que l'enchaînement des questions était le bon (ordre et questions sautées). Pour faire ces tests, des chercheurs de Quorus ont reçu l'invitation au sondage comme s'ils étaient des répondants, ce qui a également permis de vérifier la justesse de l'envoi, du texte et des liens, entre autres choses. Les membres du personnel de l'Agence du revenu du Canada ont également reçu le lien du

sondage-test et, par conséquent, la rétroaction des clients a également été intégrée avant le lancement du sondage.

Un total de 154 sondages-tests en anglais et de 27 sondages-tests en français ont été effectués dans l'ensemble des deux publics cibles, ce qui comprend plus précisément 78 répondants des PME et 103 intermédiaires fiscaux. Ces sondages-tests ont été effectués au moyen d'un test pré-lancement dans le cadre duquel un petit nombre de répondants du groupe ont été invités à participer au sondage. Les sondages-tests ont aidé à examiner les données du sondage dans le but de garantir leur fiabilité et de cerner les éventuels problèmes de programmation auxquels il fallait remédier. En plus des questions réelles du sondage, une section a été incluse à la fin du questionnaire afin de vérifier la compréhension du sondage par les répondants et leur expérience relative à ce sondage. Aucun changement à l'instrument de sondage n'a été apporté à la suite de cette démarche. Par conséquent, tous les sondages effectués au moyen du sondage-test ont été conservés dans l'échantillon final.

Dans le cadre des études par panel en ligne, des avis de rappel sont acheminés aux répondants faisant partie de l'échantillon s'ils n'ont pas participé à une étude en ligne récemment, ou si la collecte de données pour une étude en particulier n'est pas en voie d'être achevée avant la date de fin souhaitée. En l'occurrence, les membres du panel faisant partie du milieu des affaires ont été désignés et ont d'abord été informés de l'étude. À l'approche de la date de fin désirée de la collecte de données, l'étude actuelle s'est vu accorder la priorité dans la file d'attente des sondages de chaque répondant éventuel du milieu des affaires. En d'autres termes, à part la recherche actuelle commandée par l'Agence du revenu du Canada, le tableau de bord des sondages de ces membres du panel faisant partie du milieu des affaires aurait présenté peu d'autres sondages, voire n'en aurait présenté aucun autre. Grâce à ce processus, on a presque réalisé le nombre ciblé de sondages dans les délais souhaités. L'étude a été menée du 20 janvier au 28 février 2022. Le travail sur le terrain était surveillé de façon continue pour veiller à ce que les quotas soient atteints. Puisque les liens mis à la disposition des membres du panel ne permettaient de répondre au sondage qu'une seule fois, aucun répondant n'a pu y répondre plus d'une fois.

Au total, 1 557 sondages ont été soumis par les répondants (745 par les PME et 812 par les intermédiaires fiscaux). En moyenne, les répondants ont pris environ 11 minutes pour répondre au sondage. Une approche d'échantillonnage non probabiliste a été mise en œuvre, étant donné que l'étude devait être menée auprès de répondants faisant partie d'un panel en ligne d'entreprises canadiennes. En raison de leur nature même, ces panels ne sont pas probabilistes étant donné qu'ils n'incluent que des gens qui ont décidé eux-mêmes de devenir membres, et que ce ne sont pas tous les membres du public cible qui sont admissibles à participer au panel qui en font effectivement partie.

Étant donné que cette méthode de sondage en ligne a eu recours à un échantillon non probabiliste, les données recueillies ne peuvent pas être extrapolées à l'ensemble des populations de PME et d'intermédiaires fiscaux canadiens. Des quotas minimaux ont été établis pour les régions afin d'assurer une représentation solide des sondages remplis dans l'ensemble du pays, tout en respectant le fait que les plus grandes proportions d'organismes cibles proviennent des provinces et des régions les plus peuplées du pays.

Petites et moyennes entreprises :

Région	Quotas cibles (n =)	Quotas cibles (%)	Sondages réalisés (données non pondérées) (n =)	Sondages réalisés (données non pondérées) (%)
Canada atlantique	55	7 %	55	7 %
Québec	185	23 %	145	20 %
Ontario	270	34 %	285	38 %
Ouest canadien	265	33 %	260	35 %
Territoires/National	25	3 %	0	0 %

Intermédiaires fiscaux :

Région	Quotas cibles (n =)	Quotas cibles (%)	Sondages réalisés (données non pondérées) (n =)	Sondages réalisés (données non pondérées) (%)
Canada atlantique	55	7 %	56	7 %
Québec	185	23 %	193	24 %
Ontario	270	34 %	287	35 %
Ouest canadien	265	33 %	264	33 %
Territoires/National	25	3 %	6	1 %

Un taux de participation n'a pas pu être calculé pour les segments des PME et des intermédiaires fiscaux en raison du processus de collecte de données utilisé par le fournisseur de panel en ligne Dynata. Plutôt que d'utiliser les courriels comme principal moyen de faire participer les gens au sondage, les participants se sont connectés à leur tableau de bord quand cela leur convenait ou ont répondu à un message texte générique, un courriel ou une notification d'application. Dynata a utilisé un système de routeur qui a dirigé les répondants vers le sondage pour lequel ils étaient ciblés, en utilisant un algorithme complexe qui comprend une stratégie de randomisation robuste. Les répondants ont ouvert une session dans le tableau de bord du panneau et, après avoir répondu à quelques questions pour peaufiner le ciblage, ils ont été dirigés vers le sondage précis. Les répondants ne choisissaient pas le sondage vers lequel ils étaient dirigés, mais étaient répartis en fonction de l'algorithme, qui déterminait la correspondance entre le profil d'un panéliste donné et les besoins du sondage.

Les données n'ont pas été pondérées, conformément aux itérations antérieures de la présente étude. Puisque la méthodologie en ligne a reposé sur un échantillonnage non probabiliste, il est impossible

d'appliquer une marge d'erreur aux résultats conformément aux Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada pour les sondages en ligne.

Analyse du biais de non-réponse

Aucun sondage n'est à l'abri des biais et des erreurs. Quand un sondage est mené auprès d'un échantillon de la population, on compte deux catégories globales de biais ou d'erreurs possibles : les erreurs d'échantillonnage, qui sont quantifiables, et les erreurs non dues à l'échantillonnage, qui ne le sont pas. Les erreurs d'échantillonnage s'attribuent au fait que les enquêtes ne sont menées qu'auprès d'un sous-ensemble de la population. Ainsi, il est possible que les résultats tirés de ce groupe de répondants ne soient pas représentatifs de l'ensemble de la population. Par comparaison, les erreurs non dues à l'échantillonnage englobent plusieurs types différents d'erreurs, par exemple au niveau de la couverture, des mesures et du traitement, et en cas de non-réponse. Aucune erreur d'échantillonnage ne peut toucher cette étude en ligne, car les répondants provenaient d'un panel en ligne du public cible, une source d'échantillonnage non probabiliste. Cela dit, plusieurs mesures ont été prises lors de la collecte de données dans le but de s'assurer qu'un nombre suffisant de sondages étaient obtenus auprès des deux segments cibles. Des cibles ont également été établies afin d'assurer une représentation géographique solide dans l'ensemble du pays.

Pour ce qui est des erreurs non dues à l'échantillonnage, plusieurs mesures ont été prises afin de réduire le biais. Les deux sondages ont eu recours à une technologie de programmation de sondage pour veiller au bon enchaînement des questions ainsi que pour réduire les erreurs d'entrée et de captures des données. Les instruments de sondage en français et en anglais ont fait l'objet d'un test préalable auprès d'un petit nombre de répondants, ce qui a permis de s'assurer que ceux-ci le comprenaient bien et que les données étaient adéquatement recueillies. Les intervieweurs ont également été formés et supervisés pour le sondage téléphonique.

En ce qui concerne la couverture, le sondage téléphonique a été mené à partir d'un échantillonnage aléatoire d'un échantillon solide de numéros de téléphones filaires et cellulaires. Des quotas ont été établis pour les groupes démographiques traditionnellement considérés comme centraux dans les études quantitatives, en l'occurrence le sexe, l'âge et la région/province. Après avoir examiné l'ensemble de données définitif, on a découvert que les jeunes Canadiens (de 18 à 34 ans) étaient légèrement sous-représentés dans les sondages recueillis. Par conséquent, on a pondéré à la hausse ce segment dans l'ensemble de données définitif afin de s'assurer qu'ils reflétaient la véritable proportion de ce groupe démographique dans la population canadienne adulte. En d'autres termes, l'ensemble de données définitif a été pondéré de manière qu'il se rapproche de la distribution de ces dimensions reflétées dans le recensement 2016 de Statistique Canada. Les mesures de pondération mises en œuvre étaient plutôt mineures, puisque les données recueillies étaient déjà proches de la distribution réelle des adultes du Canada pour ces dimensions démographiques.

Le sondage en ligne a été mené auprès d'un panel en ligne du public cible, selon une approche d'échantillonnage aléatoire au sein d'un panel en ligne réputé pour le public cible du grand public disponible sur le marché.

Annexes

Sondage du population générale

INTRODUCTION

Bonjour / Hello, Je m'appelle _____ et je vous appelle du groupe-conseil Quorus, une société d'études de marché Canadienne. Nous menons un sondage téléphonique sur des questions d'actualité qui intéressent les Canadiens, au nom du gouvernement du Canada, et selon la *Loi sur la protection des renseignements personnels*. Le sondage prend environ 15 minutes et il est entièrement confidentiel. La participation à ce sondage est volontaire. Vos réponses demeureront anonymes. Voulez-vous que je continue en français ou en anglais?

(AU BESOIN : Thank you. Someone will call you back shortly to complete the survey in English.)

SG-1. Puis-je parler à un membre du ménage qui est âgé de 18 ans ou plus? Serait-ce vous?

[SI LA PERSONNE N'EST PAS DISPONIBLE, PRENEZ UN RENDEZ-VOUS POUR LA RAPPELER]

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

- Oui CONTINUEZ
- Non DEMANDEZ À PARLER À UNE PERSONNE QUI RÉPOND AU CRITÈRE
- Refus REMERCIEZ ET METTEZ FIN À L'APPEL

SG-2. [RÉPÉTEZ L'INTRODUCTION SI VOUS PARLEZ À UNE NOUVELLE PERSONNE] Votre participation au sondage est volontaire, mais elle serait d'une grande utilité. Seriez-vous disponible pour prendre part à ce sondage? Nous pouvons le faire dès maintenant ou à un moment plus propice pour vous.

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

- Oui, maintenant CONTINUEZ
- Oui, mais à un autre moment PRÉCISEZ LA DATE/L'HEURE
- Refus REMERCIEZ ET METTEZ FIN À L'APPEL

[SI REFUSÉ : Y a-t-il une raison qui vous empêche de répondre à cette enquête par téléphone ?

SI LA RAISON EST LE HANDICAP, PROPOSEZ UN AUTRE FORMAT (QUESTIONNAIRE EN LIGNE OU PDF PAR COURRIEL), LE CAS ÉCHÉANT. SI ACCEPTÉ, PRENEZ L'ADRESSE COURRIEL DU RÉPONDANT]

SG-3. Est-ce que je vous ai appelé sur votre téléphone cellulaire?

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

- 1 Oui CONTINUEZ

2 Non

SG-4. [POSER LA QUESTION SG-4 SEULEMENT SI LA RÉPONSE À LA QUESTION SG-3 EST « OUI »] Êtes-vous dans un environnement qui vous permet de continuer aisément à répondre à ce sondage?

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

- 1 Oui
- 2 Non

**CONTINUEZ
REMETTEZ À PLUS TARD**

Ce sondage est mené au nom du gouvernement du Canada. La participation est volontaire et votre décision d'y participer ou non n'aura aucune incidence sur votre relation avec le gouvernement. Cet appel peut être écouté ou enregistré aux fins de contrôle de la qualité.

AU BESOIN : Si vous avez des questions au sujet de ce sondage ou si vous souhaitez vérifier la légitimité de cette recherche, vous pouvez communiquer avec **Krista Holmes** au **343-551-6112** ou visitez canada.ca/arc-por.

•

PG-1. Merci d'avoir accepté de participer. Nos premières questions visent à nous assurer que les résultats de notre étude soient représentatifs de tous les Canadiens et Canadiennes. Pour commencer, à quel genre vous identifiez-vous ...:

LISEZ LES QUATRE RÉPONSES EN ORDRE [ACCEPTER UN SEUL CODE]

[ASSUREZ-VOUS QUE L'OBJECTIF DE REPRÉSENTATION ÉQUILBRÉE DES GENRES EST ATTEINT]

- 01 – Homme
- 02 – Femme
- 03 – Autre, veuillez préciser
- 04 - Préfère ne pas répondre

PG-2. En quelle année êtes-vous né(e)?

[ASSUREZ-VOUS QUE LES CIBLES RELATIVES À L'ÂGE SONT ATTEINTES]

98 – ACCEPTER LES QUATRE CHIFFRES DE L'ANNÉE

99 – Refuse de répondre

PG-3. [SI PG-2=REFUSÉ] Pourriez-vous choisir la catégorie d'âge à laquelle vous appartenez ?

LISEZ LA LISTE – PAUSE APRÈS CHAQUE POUR PERMETTRE AU RÉPONDANT DE RÉPONDRE

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

- 01 – 18 à 24
- 02 – 25 à 34
- 03 – 35 à 49

04 – 50 à 64
05 – 65 ans ou plus

- 99 – Refusé

PG-4. Dans quelle province ou quel territoire vivez-vous? **NE LISEZ PAS LES RÉPONSES**
[ACCEPTER UN SEUL CODE]

01 Colombie-Britannique
02 Alberta
03 Saskatchewan
04 Manitoba
05 Ontario
06 Québec
07 Nouveau-Brunswick
08 Nouvelle-Écosse
09 Île-du-Prince-Édouard
010 Terre-Neuve et Labrador
011 Yukon
012 Territoires du Nord-Ouest
013 Nunavut
99 Refusé

Impressions générales de l'ARC

BG-1. L'Agence du revenu du Canada est l'organisme du gouvernement fédéral responsable, entre autres :

[LISEZ POUR LE MANITOBA, LA SASKATCHEWAN, L'ALBERTA, LA COLOMBIE-BRITANNIQUE, LE YUKON, LES TERRITOIRES DU NORD-OUEST, LE NUNAVUT : de la perception de l'impôt sur le revenu, de l'administration de la TPS (ou taxe sur les produits et services) et du Programme d'allocation canadienne pour enfants.]

[LISEZ POUR LE QUÉBEC SEULEMENT : de la perception de l'impôt fédéral sur le revenu et du Programme d'allocation canadienne pour enfants.]

[LISEZ POUR LES PROVINCES DE L'ATLANTIQUE ET DE L'ONTARIO : de la perception de l'impôt sur le revenu fédéral, de l'administration de la TPS/TVH et du Programme d'allocation canadienne pour enfants.]

LISEZ POUR TOUS : Tout au long de ce sondage, nous utiliserons le terme L'ARC pour désigner l'Agence du revenu du Canada.

Comment évalueriez-vous le rendement global de l'Agence du revenu du Canada? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « affreux » et 10 signifie « excellent ».

POSER UNE QUESTION POUR ÉVITER D'ACCEPTER UNE FOURCHETTE

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

01 – Affreux

JUSQU'À

10 – Excellent

RÉPONSE SPONTANÉE

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre – **PASSEZ À LA QUESTION B-3**

B-2. Pourquoi évaluez-vous le rendement de l'Agence en donnant une cote de [RÉPONSE À BG-1] sur 10?

POSER LA QUESTION : Y a-t-il d'autres raisons?

[ENREGISTREZ LA RÉPONSE, ACCEPTEZ PLUS D'UNE RÉPONSE]

98 – Veuillez préciser : (_____)

RÉPONSE SPONTANÉE

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

B-3. J'aimerais maintenant que vous évaluiez l'Agence sur une série d'énoncés. Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 signifie que vous êtes tout à fait d'accord. **LISEZ L'ÉCHELLE AU BESOIN. POSER UNE QUESTION POUR ÉVITER D'ACCEPTER UNE FOURCHETTE**

[PRÉSENTEZ LES ÉNONCÉS ALÉATOIREMENT. ACCEPTEZ UN SEUL CODE PAR ÉNONCÉ]

[SI L'ON VOUS DEMANDE DES PRÉCISIONS : On vous demande votre opinion selon vos impressions de l'Agence du revenu du Canada basées sur votre expérience personnelle ou sur ce que vous avez vu, lu ou entendu.]

- a) Je peux faire confiance à l'ARC pour faire ce qui est juste
- b) L'ARC travaille pour le bien de tous les Canadiens
- c) J'estime que les gens de l'ARC sont dignes de confiance
- d) Les gens de l'ARC sont capables de bien faire leur travail
- f) L'ARC facilite le processus de production de mes déclarations de revenus
- h) L'ARC est serviable
- i) Les informations que je reçois de l'ARC sont cohérentes
- l) J'ai confiance que l'ARC traitera mes renseignements personnels de manière appropriée

01 – Tout à fait en désaccord

JUSQU'À

10 – Tout à fait en accord

RÉPONSE SPONTANÉE

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

Expérience vécue auprès de l'ARC – Production de déclaration de revenus

J'aimerais vous poser des questions au sujet de vos expériences vécues en tant que contribuable.

[LISEZ AU BESOIN, PAR EXEMPLE, SI LE RÉPONDANT ARRÊTE DE RÉPONDRE AUX QUESTIONS DE CETTE SECTION : Je vous rappelle que ces questions ne servent qu'à des fins de recherche. Nous vous sommes reconnaissants d'y répondre et vous nous aiderez ainsi à ce que ce soit plus facile pour vous de produire vos déclarations de revenus auprès de l'Agence du revenu du Canada.]

CG-1. Avez-vous envoyé une déclaration de revenu [**QUÉBEC SEULEMENT** : fédérale] au cours de la dernière année?

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

SI L'ON VOUS DEMANDE DES PRÉCISIONS : Il s'agit de la déclaration que vous avez produite l'an dernier pour les revenus que vous avez gagnés en 2020, ou celle que vous avez produite cette année pour les revenus gagnés en 2021.

01 – Oui

02 – Non – **PASSEZ À LA QUESTION D-1**

RÉPONSE SPONTANÉE

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre – **PASSEZ À LA QUESTION D-1**

[SI LA RÉPONSE EST « OUI » À LA QUESTION CG-1, LISEZ CE QUI SUIT :] La série de questions suivante portera principalement sur votre expérience la plus récente.

CG-2. [SI LA RÉPONSE EST « OUI » À LA QUESTION CG-1] Avez-vous rempli votre déclaration de revenus la plus récente vous-même, ou avez-vous reçu de l'aide? Si vous avez utilisé un logiciel d'impôt, cela est considéré comme remplir par vous-même.

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

01 – Rempli par vous-même – **PASSEZ À LA QUESTION CG-4**

02 – Reçu de l'aide

RÉPONSE SPONTANÉE

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre – **PASSEZ À LA QUESTION CG-4**

CG-3. [POSER LA QUESTION CG-3 SEULEMENT SI LA RÉPONSE À LA QUESTION CG-2 EST « REÇU DE L'AIDE »] De qui avez-vous reçu de l'aide? **LISEZ LES CATÉGORIES SEULEMENT SI NÉCESSAIRE; ACCEPTER PLUS D'UN CODE SI C'EST LE CAS; INCLUEZ LES PERSONNES QUI DONNENT DES CONSEILS**

- 01 – Ami(e)/membre de la famille
 - 02 – Préparateur professionnel de déclarations de revenus/comptable (COMPREND LES COMPAGNIES DE TYPE H&R BLOCK)
 - 03 – Programme bénévole qui aide les contribuables à remplir leurs déclarations de revenus
 - 98 – Autre (PRÉCISEZ)
- RÉPONSE SPONTANÉE**
- 99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

CG-4. [POSER LA QUESTION CG-4 SEULEMENT SI LA RÉPONSE À LA QUESTION CG-1 EST « OUI »]

De quelle façon avez-vous soumis votre déclaration de revenus la plus récente? **[AU BESOIN : Autrement dit, avez-vous envoyé votre déclaration par la poste ou par voie électronique?] ACCEPTEZ UNE SEULE RÉPONSE. NE LISEZ PAS LA LISTE.**

- 01 – Par courrier
 - 02 – En ligne (COMPREND LA TED ET IMPÔTNET)
 - 05 – Une autre façon
- RÉPONSE SPONTANÉE**
- 99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

Expérience vécue auprès de l'ARC - Communications

D-1. Dans des cas autres que pour envoyer des déclarations de revenus des particuliers, avez-vous contacté, ou avez-vous été contacté, par l'ARC au cours des 12 derniers mois? **NE LISEZ PAS : AU BESOIN – LA COMMUNICATION COMPREND LA DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS [ACCEPTEZ PLUSIEURS RÉPONSES SI 01 ET/OU 02, OU 03 SEULEMENT - NE LISEZ PAS]**

- 01 – Oui, j'ai contacté l'ARC
 - 02 – Oui, l'ARC m'a contacté
 - 03 – Non – **PASSER À [E-1/F-1 : ÉCHANTILLON FRACTIONNÉ]**
- RÉPONSE SPONTANÉE**
- 99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre – **PASSER À [E-1/F-1 : ÉCHANTILLON FRACTIONNÉ]**

D-2. De quelle manière s'est effectué votre plus récent contact avec l'ARC? **LISEZ LA LISTE EN ORDRE – PRÉCISEZ SI NÉCESSAIRE; « COMMUNIQUER » COMPREND RECHERCHER DES RENSEIGNEMENTS [ACCEPTER UN SEUL CODE]**

- 01 – En ligne
 - 02 – Par téléphone
 - 03 – Par télécopieur
 - 04 – Par courrier
 - 05 – En personne
- RÉPONSE SPONTANÉE**

- 06 – Par un autre moyen
- 99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

D-2a. [POSER SI D-2 = 01] Quelle approche en ligne a été utilisée le plus récemment? Était-ce...
LISEZ LA LISTE EN ORDRE –PRÉCISEZ SI NÉCESSAIRE; « COMMUNIQUER » COMPREND RECHERCHER DES RENSEIGNEMENTS
[ACCEPTER UN SEUL CODE]

- 01 – Via le portail fiscal sécuritaire Mon dossier
- 02 – En visitant les pages d’impôts sur le site web Canada.ca (**INCLUS “SITE WEB DE L’ARC”**)
- 03 – Par l’entremise d’une des plateformes de médias sociaux de l’ARC [**AU BESOIN: comme Facebook, Twitter, LinkedIn ou YouTube**]
- 04 – Via les applications mobiles de l’ARC [**AU BESOIN: comme MesPrestations ARC ou MonARC**]
- 05 – Via “Clavardez avec Charlie”, le chatbot en ligne de l’ARC

RÉPONSE SPONTANÉE

- 98 - Autre (**PRÉCISEZ**)
- 99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

D-3. [POSER D-3 SEULEMENT SI D-1 = 01 ou 02] Cette communication était-elle pour ...? **LISEZ LA LISTE –**
ACCEPTÉZ PLUS D’UNE RÉPONSE
[PRÉSENTEZ 01 À 04 ALÉATOIREMENT, PUIS LISEZ LES RÉPONSES 07 ET 08 EN ORDRE]

- 01 – Demander des renseignements généraux autres que ceux concernant la production de vos déclarations
- 02 – Demander des précisions sur des renseignements que vous avez reçus de l’Agence du revenu du Canada
- 03 – Effectuer un paiement dû sur vos impôts personnels
- 04 – Essayer de résoudre un différend que vous avez eu avec l’Agence du revenu du Canada
- 07 – Soumettre les documents demandés par l’Agence
- 08 - Rechercher des informations ou des éclaircissements sur les prestations d’urgence COVID telle que la prestation canadienne d’intervention d’urgence (PCU)

RÉPONSE SPONTANÉE

- 98 - Autre (**PRÉCISEZ**)
- 99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

D-4. [POSE SEULEMENT SI D-2 = 01, 02, 05] Cette dernière communication avec l’Agence concernait-elle les sujets suivants? **LISEZ LA LISTE – ACCEPTÉZ PLUS D’UNE RÉPONSE**
[PRÉSENTEZ LES CATÉGORIES DE RÉPONSE ALÉATOIREMENT]

- 01 – L’impôts sur le revenu des particuliers
- 02 – Prestations ou crédits pour enfants et familles
- 03 – La paie

- 04 – Autoriser un représentant
- 05 - Régimes de revenu différés et régimes d'épargne
- 06 – Taxes d'accise, droits et prélèvements
- 07 – Impôts sur les successions ou les fiducies
- 08 – Prestations et subventions d'urgence liées au COVID
- RÉPONSE SPONTANÉE**
- 98 – Autre (**PRÉCISEZ**)
- 99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

D-5. [POSER SEULEMENT SI D-2 = 01, 02, 05] Veuillez maintenant me dire si vous êtes en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants par rapport à cette expérience de service, en utilisant une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 signifie que vous êtes tout à fait d'accord. Veuillez indiquer « pas applicable » si un énoncé ne s'applique pas à votre expérience de service. **LISEZ L'ÉCHELLE AU BESOIN. POSER UNE QUESTION POUR ÉVITER D'ACCEPTER UNE FOURCHETTE**

[PRÉSENTEZ LES ÉNONCÉS ALÉATOIREMENT] [ACCEPTER UN SEUL CODE PAR ÉNONCÉ]

- a) Le service offert par l'Agence était facile à accéder
- b) Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun
- c) Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts
- d) Les renseignements que j'ai reçus étaient complets
- e) Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre
- f) Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation
- g) Le représentant de l'Agence était professionnel
- h) Le représentant de l'Agence était poli

•

01 – Tout à fait en désaccord

JUSQU'À

10 – Tout à fait en accord

RÉPONSE SPONTANÉE

98 – Pas applicable

99 - Je ne sais pas/je refuse de répondre

D-6. Quel est votre niveau de satisfaction concernant la qualité globale du service que vous avez reçu lors de votre dernière communication avec l'Agence du revenu du Canada? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait insatisfait et 10 signifie que vous êtes tout à fait satisfait.

POSER UNE QUESTION POUR ÉVITER D'ACCEPTER UNE FOURCHETTE

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

01 – Tout à fait insatisfait

JUSQU'À

10 – Tout à fait satisfait

RÉPONSE SPONTANÉE

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

ÉCHANTILLON FRACTIONNÉ – MODULES DE SERVICE (E) & D'OBSERVATION (F)

Module de service (échantillon fractionné avec l'observation, poser à la moitié)

E-5. Je vais maintenant vous lire quelques énoncés. Pour chacun, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « tout à fait en désaccord » et 10 signifie « tout à fait d'accord ». **LISEZ DE FAÇON CLAIRE CHAQUE ÉNONCÉ**

[LISEZ DE FAÇON ALÉATOIRE - ACCEPTER UN SEUL CODE]

- a) L'ARC assume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude jusqu'à preuve du contraire.
- b) Lorsque je communique avec l'Agence par téléphone, je suis en mesure d'être servi dans la langue officielle de mon choix, c'est-à-dire le français ou l'anglais.
- c) Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auquel j'ai le droit.
- e) L'ARC se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit.

01 – Tout à fait en désaccord

JUSQU'À

10 – Tout à fait en accord

RÉPONSE SPONTANÉE

99 - Je ne sais pas/je refuse de répondre

E-6. Vous êtes-vous inscrit au service en ligne Mon dossier de l'ARC? Mon dossier est un service en ligne qui vous permet entre autres de faire le suivi de votre remboursement, de visualiser ou de modifier votre déclaration, de vérifier les versements de vos prestations et de vos crédits, d'afficher votre plafond de cotisation à un REER, d'effectuer un dépôt direct, et de recevoir du courrier électronique.

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

01 – Oui

02 – Non

RÉPONSE SPONTANÉE

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

Module d'observation (échantillon fractionné avec le service, poser à la moitié)

Les prochaines questions portent sur des enjeux liés à la fraude fiscale dans les déclarations de revenus. Par fraude fiscale, nous voulons dire les personnes qui choisissent délibérément de ne pas déclarer une

partie de leurs revenus. Rien dans cette section ne vous concerne personnellement. Nous voulons plutôt connaître votre opinion à ce sujet. Je tiens à vous rappeler que vos réponses n'auront aucune incidence sur votre relation avec le gouvernement du Canada ou l'ARC. ***SI L'ON VOUS DEMANDE DES PRÉCISIONS, INDIQUEZ QUE LES QUESTIONS PORTENT UNIQUEMENT SUR LES DÉCLARATIONS DE REVENUS DES PARTICULIERS.***

- F-3.** Sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « Pas du tout probable » et « 10 » signifie « Très probable », selon vous, dans quelle mesure les Canadiens et les Canadiennes qui trichent dans leurs déclarations de revenus sont-ils susceptibles de se faire prendre? ***POSER UNE QUESTION POUR ÉVITER D'ACCEPTER UNE FOURCHETTE***
[AUTORISER UN SEUL CODE]

01 – Pas du tout probable

JUSQU'À

10 – Très probable

RÉPONSE SPONTANÉE

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

- F-5.** Si vous comparez l'impôt payé par l'ensemble des Canadiens et Canadiennes aux services offerts par les gouvernements, pensez-vous qu'ils paient trop d'impôt, juste assez d'impôt ou trop peu d'impôt? ***NE LISEZ PAS LES RÉPONSES***
SI LA RÉPONSE EST « TROP D'IMPÔT », POSER LA QUESTION : Croyez-vous que les Canadiens et Canadiennes paient « beaucoup trop d'impôt » ou « un peu trop d'impôt »?
[ACCEPTER UN SEUL CODE]

01 – Beaucoup trop

02 – Un peu trop

03 – Juste assez d'impôt

04 – Trop peu

RÉPONSE SPONTANÉE

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

- F-6.** Veuillez me dire si vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants. Pour chaque énoncé, veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 signifie que vous êtes tout à fait d'accord. ***RÉPÉTEZ L'ÉCHELLE, AU BESOIN - POSER UNE QUESTION POUR ÉVITER D'ACCEPTER UNE FOURCHETTE***
[LISEZ DE FAÇON ALÉATOIRE – ACCEPTER UN SEUL CODE PAR ÉNONCÉ]

- a) Il est acceptable, pour un particulier, de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant.
- b) Lorsqu'il est question de fraude fiscale, les fonds disponibles pour les services essentiels, notamment les soins de santé et l'éducation, sont réduits.

- c) L'ARC n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus.
- d) Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future.
- e) Il est acceptable pour les particuliers de payer des produits et services en argent comptant pour éviter de payer la TPS/TVH.
 - g) Il est plus facile pour les personnes riches de pratiquer la fraude fiscale que pour les Canadiens de la classe moyenne.
 - h) L'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés.
- j) L'ARC devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales.

01 – Tout à fait en désaccord

JUSQU'À

10 – Tout à fait en accord

RÉPONSE SPONTANÉE

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

GRAVITÉ DES TYPES DE FRAUDE

F-8 Sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « pas du tout un cas de fraude fiscale » et « 10 » signifie « grave cas de fraude fiscale », quelle cote accorderiez-vous aux comportements suivants? **RÉPÉTEZ L'ÉCHELLE, AU BESOIN - POSER UNE QUESTION POUR ÉVITER D'ACCEPTER UNE FOURCHETTE [LISEZ DE FAÇON ALÉATOIRE - ACCEPTER UN SEUL CODE PAR ÉNONCÉ]**

- a) Sous-estimation du revenu gagné en argent comptant
 - c) Obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant
 - d) Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations
 - e) Omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration, y compris ceux de paradis fiscaux
 - f) Obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question
- h) Non-enregistrement d'une entreprise
- j) Travailler et recevoir une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu
- k) Ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne
- l) Ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la crypto-monnaie, c'est-à-dire une monnaie numérique comme le bitcoin

01 – Pas de tout un cas de fraude fiscale
JUSQU'À

10 – Grave cas de fraude fiscale

RÉPONSE SPONTANÉE

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

POSER A TOUS (FIN D'ÉCHANTILLON FRACTIONNÉ)

PROFIL DU RÉPONDANT

Pour terminer, j'aimerais vous poser quelques questions sur vous et votre ménage aux fins de statistique seulement. Soyez assuré que vos réponses demeureront confidentielles.

PG-5. Quel niveau de scolarité le plus élevé avez-vous terminé? **NE LISEZ PAS LA LISTE**

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

01 – 8^e année ou moins

02 – Études secondaires non terminées

03 – Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent

04 – Apprentissage enregistré ou diplôme ou certificat d'une école de métiers

05 – Collège, CEGEP, ou certificat ou diplôme non universitaire

06 – Certificat universitaire ou diplôme inférieur au baccalauréat

07 – Baccalauréat

08 – Grade universitaire supérieur au baccalauréat

99 – Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

PG-6. Quel est votre pays de naissance?

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

01 – Canada

98 – Autre (PRÉCISEZ)

RÉPONSE SPONTANÉE

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

PG-7. [POSER LA QUESTION PG-7 SEULEMENT SI LA RÉPONSE À LA QUESTION PG-6 EST « AUTRE »] Depuis combien de temps habitez-vous au Canada? Est-ce depuis...: **LISEZ LA LISTE**

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

01 – Moins d'un an

02 – Au moins un an, mais moins de cinq ans

03 – Au moins cinq ans, mais moins de 10 ans

04 – Dix ans ou plus

RÉPONSE SPONTANÉE

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

PG-8. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre emploi actuel? Vous êtes : **LISEZ LA LISTE EN ORDRE – ARRÊTEZ LORSQUE LE RÉPONDANT CONFIRME LA CATÉGORIE**

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

01 – Employé à temps plein, c'est-à-dire pendant 35 heures ou plus par semaine

02 – Employé à temps partiel, c'est-à-dire pendant moins de 35 heures par semaine

03 – Travailleur indépendant

04 – Sans emploi, mais à la recherche de travail

05 – Étudiant à temps plein

06 – Retraité

07 – Pas dans la population active (personne au foyer à temps plein, sans emploi ou pas à la recherche d'emploi)

RÉPONSE SPONTANÉE

98 – Autre

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

PG-9. Quelle est votre source principale de revenus? **LISEZ LA LISTE EN ORDRE – ARRÊTEZ LORSQUE LE RÉPONDANT CONFIRME LA CATÉGORIE – S'IL Y EN A PLUS D'UNE, DEMANDEZ LAQUELLE EST LA PRINCIPALE**

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

01 – Salaire payé par un employeur

02 – Propriétaire d'entreprise ou associé – propriétaire unique

03 – Propriétaire d'entreprise ou associé – société

04 – Revenus de placements

05 – Régime de retraite privé ou caisse de retraite constituée

06 – Pension du gouvernement

RÉPONSE SPONTANÉE

96 – Pension alimentaire versée à un conjoint, à un enfant ou à un parent

97 – Aucune source de revenus

98 – Autre (PRÉCISEZ : _____)

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

PG-10. [SI PG-9 = 02 OU 03] Diriez-vous que votre revenu d'entreprise approximatif de l'année dernière était :

LISEZ LA LISTE

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

- 01 – Moins de 30 000 \$
- 02 – De 30 000 \$ à moins de 500,000 \$
- 03 – De 500 000 à moins de 1 millions de dollars
- 04 – De 1 à moins de 4 millions de dollars
- 05 - 4 millions de dollars ou plus

RÉPONSE SPONTANÉE

99 – Je ne sais pas/refuse de répondre

PG-11. Veuillez me dire laquelle des catégories suivantes représente le mieux le revenu total de votre ménage en 2021 avant les impôts. **LISEZ LA LISTE – ARRÊTEZ LORSQUE LE RÉPONDANT CONFIRME LA CATÉGORIE**

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

- 01 – Moins de 20 000 \$
- 02 – De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$
- 03 – De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$
- 04 – De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$
- 05 – De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$
- 06 – De 100 000 \$ à moins de 120 000 \$
- 07 – De 120 000 \$ à moins de 150 000 \$
- 08 – 150 000 \$ et plus

RÉPONSE SPONTANÉE

99 – Je ne sais pas/refuse de répondre

PG-12. Faites-vous partie de la population autochtone, c'est-à-dire Premières Nations, Métis ou Inuk (**AU BESOIN** : Inuit)? Premières Nations comprend les Indiens avec statut et les Indiens sans statut.

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

- 01 Oui
- 02 Non

99 Préfère ne pas répondre

PG-13. Est-ce que vous vous identifiez comme une personne handicapée? Une personne handicapée est une personne qui a une déficience à long terme ou récurrente (comme la vision, l'ouïe, la mobilité, la souplesse, la dextérité, la douleur, l'apprentissage, le développement, la mémoire ou la santé mentale) qui limite ses activités quotidiennes à l'intérieur ou à l'extérieur de la maison (comme l'école, le travail ou la collectivité en général).

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

- 01 Oui
- 02 Non
- 03 Je ne sais pas
- 99 Préfère ne pas répondre

PG-14. Pourriez-vous me fournir les trois premiers caractères de votre code postal?

[FORMAT A1A]

_____ _____ _____
RÉPONSE SPONTANÉE

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

Voilà qui met fin au sondage effectué pour le compte de l'Agence du revenu du Canada. Dans les mois à venir, le rapport sera accessible par Bibliothèque et Archives Canada. Je vous remercie beaucoup d'avoir pris le temps de répondre au sondage. Nous vous en sommes très reconnaissants.

Sondage des PME/IF

INTRODUCTION

Le gouvernement du Canada mène ce sondage de recherche. **[FOURNISSEUR]** a été embauché pour réaliser le sondage. If you prefer to complete the survey in English, please click on ENGLISH above. **[DIRIGER LE RÉPONDANT VERS LA VERSION FRANÇAISE]**. Le sondage prend environ 15 minutes et il est entièrement confidentiel. Votre participation est volontaire, et vos réponses demeureront anonymes. Ce sondage est conforme aux exigences de la Loi sur la protection des renseignements personnels, la Loi sur l'accès à l'information et d'autres lois pertinentes. Cliquez ici* si vous désirez vérifier son authenticité. Pour consulter notre politique sur la protection des renseignements personnels, cliquez ici**.

*POUR LA PROGRAMMATION

Anglais:

<https://www.canada.ca/en/revenue-agency/services/about-canada-revenue-agency-cra/public-opinion-research-executive-summaries.html>,

Français:

<https://www.canada.ca/fr/agence-revenu/services/a-propos-agence-revenu-canada-arc/recherche-opinion-publique-sommaires.html>

**POUR LA PROGRAMMATION

Anglais:

<https://www.quorusconsulting.com/index.php/privacy-policy>

Français:

<https://www.quorusconsulting.com/index.php/fr/politique-de-confidentialite>

PB-4. Dans quelle province votre entreprise se trouve-t-elle?

AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 Colombie-Britannique
- 02 Alberta
- 03 Saskatchewan
- 04 Manitoba
- 05 Ontario
- 06 Québec
- 07 Nouveau-Brunswick
- 08 Nouvelle-Écosse
- 09 Île-du-Prince-Édouard
- 10 Terre-Neuve et Labrador
- 11 Yukon
- 12 Territoires du Nord-Ouest
- 13 Nunavut

14 Emplacements et activités dans plusieurs régions du pays
99 – Je préfère ne pas répondre

SB-1. Travaillez-vous avec des petites et moyennes entreprises sur des questions fiscales? Pour les besoins de l'étude, les petites et moyennes entreprises sont définies comme des entreprises ayant des recettes brutes annuelles de 250 millions de dollars ou moins.

AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 – Oui – LE RÉPONDANT EST UN INTERMÉDIAIRE FISCAL. **PASSEZ À LA QUESTION BB-1.**
- 02 – Non – QUALIFIE POSSIBLEMENT POUR PME. **PASSEZ À LA QUESTION SB-2**

[POSER LES QUESTIONS SB-2 À SB-6 AUX PME SEULEMENT; UNE RÉPONSE VALIDE EST REQUISE À CES QUESTIONS POUR SE QUALIFIER À L'ÉTUDE]

SB-2. Combien d'employés travaillent pour votre entreprise au Canada, y compris vous-même? Cela comprend les employés à temps plein, à temps partiel et saisonniers, mais n'inclut pas les employés contractuels ou le travail sous-traité.

AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 – 1
- 02 – De 2 à 4
- 03 – De 5 à 19
- 04 – De 20 à 49
- 05 – De 50 à 99
- 06 – 100 ou plus

SB-3. Quel est votre revenu annuel approximatif?

AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 – Moins de 30 000 \$ de dollars
- 02 – De 30 000 \$ à moins de 500 000 \$ millions de dollars
- 03 – De 500 000 \$ à moins de 1 millions de dollars
- 04 – De 1 à moins de 4 millions de dollars
- 05 - De 4 à moins de 10 millions de dollars
- 06 - De 10 à moins de 20 millions de dollars
- 07 - De 20 à moins de 50 millions de dollars
- 08 - De 50 à moins de 250 millions de dollars
- 09 – De 250 millions de dollars ou plus – **PASSEZ À L'ÉCRAN FIN – INSÉRER L'ÉCRAN DE TERMINATION**

SB-4. Votre entreprise est ...?

AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 – Une entreprise individuelle
- 02 – Une société de personnes
- 03 – Une fiducie
- 04 – Un organisme de bienfaisance enregistré
- 05 – Un organisme à but non lucratif
- 06 – Une coopérative
- 07 – Une entreprise constituée en personne morale

SB-5. Dans votre entreprise, prenez-vous des décisions par rapport aux éléments suivants ou y participez-vous directement? Veuillez choisir tout ce qui s'applique à vous.

ACCEPTEZ PLUSIEURS RÉPONSES

- 01 – Questions d'ordre fiscal [**CETTE OPTION DOIT ÊTRE SÉLECTIONNÉE, SINON LE SONDAGE EST TERMINÉ.**]
- 02 – Paie
- 03 – Préparation de la TPS/TVH
- 04 – Comptabilité/Tenue de livres
- 05 – Aucune de ces réponses – **PASSEZ À L'ÉCRAN FIN**

SB-6. Lequel des choix suivants décrit le mieux votre poste dans l'entreprise?

AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 – Président, PDG ou propriétaire
- 02 – Directeur financier / Contrôleur
- 03 – Comptable
- 04 – Gestionnaire ou agent de la paye
- 05 – Gestionnaire
- 06 – Commis comptable
- 07 – Agent financier
- 98 – Un autre poste – **PASSEZ À L'ÉCRAN FIN**
- 99 – Je préfère ne pas répondre – **PASSEZ À L'ÉCRAN FIN**

Créer la variable "TYPE RÉPONDANT"

1 = IF/INTERMÉDIAIRE FISCAL (SB-1=01)

2 = PME (SB-1≠01, SB-3=01-08, SB-5=01-04, SB-6=01-07)

Impressions générales de l'ARC

Merci pour vos réponses. Ce sondage est [**PME:** destiné aux petites et moyennes entreprises] [**IF:** mené auprès des intermédiaires fiscaux] pour aider l'Agence du revenu du Canada à mieux connaître vos expériences.

BB-1. Sur une échelle de 1 à 10, quelle cote donnez-vous au rendement global de l'Agence du revenu du Canada (ARC)?

AUTORISER UN SEUL CODE

1 – Affreux

2

3

4

5

6

7

8

9

10 – Excellent

99 – Je ne sais pas – **PASSEZ À B-3**

B-2. Pourquoi évaluez-vous le rendement de l'Agence en donnant une cote de [RÉPONSE À BB-1] sur 10?

98 – Question ouverte

99 – Je ne sais pas

B-3. Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 signifie que vous êtes tout à fait en accord, quelle cote donneriez-vous aux énoncés suivants sur l'ARC selon vos impressions générales :

[PRÉSENTEZ LES ÉNONCÉS ALÉATOIREMENT - AUTORISER UN SEUL CODE]

[INSTRUCTION DU PROGRAMMATEUR : afficher sous forme de grille]

[Lignes]

- f) Je peux faire confiance à l'ARC pour faire ce qui est juste
- g) L'ARC travaille pour le bien de tous les Canadiens
- h) J'estime que les gens de l'ARC sont dignes de confiance
- i) Les gens de l'ARC sont capables de bien faire leur travail
- j) L'ARC travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt et de prestations.
- k) L'ARC facilite le processus de production [**PME**: de mes déclarations de revenus d'entreprise] [**IF**: des déclarations de revenus des entreprises]
- l) L'ARC traite [**PME**: mes déclarations de revenus d'entreprise] [**IF**: les déclarations des entreprises] en temps opportun
- m) L'ARC est serviable
- n) Les informations que je reçois de l'ARC sont cohérentes

- o) L'ARC fournit suffisamment de renseignements afin que [PME : votre entreprise puisse] [IF : vos clients d'entreprises puissent] respecter [PME : ses] [IF : leurs] obligations fiscales.
- p) Les renseignements fournis par l'Agence pour [PME : mon entreprise][IF : mes clients d'entreprise] arrivent à temps.
- q) J'ai confiance que l'ARC traitera [PME: les renseignements de mon entreprise] [IF: les renseignements de mes clients d'entreprise] de manière appropriée

[colonnes]

- 1 – Tout à fait en désaccord
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 – Tout à fait en accord
- 99 – Je ne sais pas

Expérience vécue auprès de l'ARC – Production de déclaration de revenus

CB-2. [PME SEULEMENT] Lorsque vous produisez des déclarations de revenus des sociétés, votre entreprise :
AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 – utilise des ressources internes pour préparer les documents de l'impôt
- 02 – utilise les services d'un spécialiste en déclarations de revenus de l'extérieur
- 03 – utilise une combinaison de services internes et externes
- 99 – Je ne sais pas

CB-3. [PME SEULEMENT] Qu'en est-il de la planification fiscale? Votre entreprise...
AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 – utilise des ressources internes pour la planification fiscale
- 02 – utilise un service externe pour la planification fiscale
- 03 – utilise une combinaison de services internes et externes
- 99 – Je ne sais pas

- C-5.** Dans l'ensemble, dans quelle mesure êtes-vous satisfait de votre expérience la plus récente en matière de déclaration de revenus? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10 ou 1 signifie « complètement insatisfait » et 10 signifie « complètement satisfait ».

AUTORISER UN SEUL CODE

- 1 – complètement insatisfait
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 – complètement satisfait
- 99 – Je ne sais pas

Expérience vécue auprès de l'ARC - Communications

- D-1.** Dans des cas autres que pour envoyer des déclarations de revenus [**PME** : des entreprises] [**IF** : des particuliers ou des entreprises], avez-vous contacté, ou avez-vous été contacté, par l'ARC [**IF**: au nom d'un client] au cours des 12 derniers mois?

ACCEPTEZ [01 ET/OU 02], OU [03] SEULEMENT

- 01 – Oui, j'ai contacté l'ARC
- 02 – Oui, l'ARC m'a contacté
- 03 – Non – **PASSER À [E-1/F-1 : ÉCHANTILLON FRACTIONNÉ]**
- 99 – Je ne me souviens pas – **PASSER À [E-1/F-1 : ÉCHANTILLON FRACTIONNÉ]**

- D-2.** De quelle manière s'est effectué votre plus récent contact avec l'ARC?

AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 – En ligne
- 02 – Par téléphone
- 03 – Par télécopieur
- 04 – Par courrier
- 05 – En personne
- 99 – Je ne me souviens pas

D-2a. [POSER SI D-2 = 01] Quelle approche en ligne a été utilisée le plus récemment? Était-ce ...

AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 – Via le portail fiscal sécuritaire [PME : Mon dossier d’entreprise][IF : Représenter un client]
- 02 – En visitant les pages d’impôts sur le site web Canada.ca
- 03 – Par l’entremise d’une des plateformes de médias sociaux de l’ARC (cela inclut Facebook, Twitter, LinkedIn ou YouTube)
- 04 – Via les applications mobiles de l’ARC (comme MesPrestations ARC, MonARC, BizApp ARC ou Rappels d’impôts d’entreprises)
- 05 – Via “Clavardez avec Charlie”, le chatbot en ligne de l’ARC
- 98 - Autre méthode : veuillez préciser [Zone de texte ouverte: _____]
- 99 – Je ne me souviens pas

D-3. [POSER D-3 SEULEMENT SI D-1 = 01 ou 02] Cette communication était-elle pour...? Sélectionnez toutes les réponses qui s’appliquent

[PRÉSENTEZ 01 À 04 ALÉATOIREMENT, PUIS MONTRER 05 À 08 EN ORDRE]

ACCEPTEZ PLUSIEURS RÉPONSES

- 01 – Demander des renseignements généraux autres que ceux concernant la production de vos déclarations d’entreprises
- 02 – Demander des précisions sur des renseignements que vous avez reçus de l’Agence du revenu du Canada
- 03 – Effectuer un paiement dû sur [PME: vos impôts d’entreprise][IF : les impôts d’entreprise pour un client]
- 04 – Essayer de résoudre un différend que vous avez eu avec l’Agence du revenu du Canada
- 05 – Demander des renseignements avant de produire une déclaration de revenus d’entreprise
- 06 - Demander des renseignements après la production de déclarations de revenus d’entreprise
- 07 – Soumettre les documents demandés par l’Agence
- 08 - Rechercher des informations ou des éclaircissements sur les prestations d'urgence COVID [PME :, telle que la subvention salariale d’urgence du Canada (SSUC)]
- 98 - Autre raison : veuillez préciser [Zone de texte ouverte: _____]
- 99 - Je ne me souviens pas

D-4. [POSE SEULEMENT SI D-2 = 01, 02, 05] Cette dernière communication avec l’Agence concernait-elle les sujets suivants? Sélectionnez toutes les réponses qui s’appliquent

[PRÉSENTEZ LES CATÉGORIES DE RÉPONSE 01 À 12 ALÉATOIREMENT]

ACCEPTEZ PLUSIEURS RÉPONSES

- 01 – L’impôt sur le revenu des particuliers
- 02 – Prestations ou crédits pour enfants et familles
- 03 – La paie
- 04 – Autoriser un représentant
- 05 - Régimes de revenu différés et régimes d’épargne
- 06 – Taxes d’accise, droits et prélèvements
- 07 – **[IF SEULEMENT]** Impôts sur les successions ou les fiducies
- 08 – Prestations et subventions d’urgence liées au COVID
- 09 – L’impôt sur le revenu des entreprises
- 10 – La TPS/TVH
- 11 – Demandes de crédits d’impôt
- 12 – Inscription du numéro d’entreprise
- 98 - Autre raison : veuillez préciser [Zone de texte ouverte: _____]
- 99 - Je ne me souviens pas

D-5. [POSER SEULEMENT SI D-2 = 01, 02, 05] Veuillez maintenant indiquer si vous êtes en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants par rapport à cette expérience de service, en utilisant une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 signifie que vous êtes tout à fait d’accord. Veuillez indiquer « pas applicable » si un énoncé ne s’applique pas à votre expérience de service.

AUTORISER UN CODE PAR ÉNONCÉ – PRÉSENTEZ LES ÉNONCÉS ALÉATOIREMENT

- i) Le service offert par l’Agence était facile à accéder
- j) Le service offert par l’Agence a été offert en temps opportun
- k) Les renseignements que j’ai reçus étaient exacts
- l) Les renseignements que j’ai reçus étaient complets
- m) Les renseignements que j’ai reçus étaient faciles à comprendre
- n) Le représentant de l’Agence a pris le temps de comprendre ma situation
- o) Le représentant de l’Agence était professionnel
- p) Le représentant de l’Agence était poli

•

- 1 - Tout à fait en désaccord
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 – Tout à fait en accord

98 – Pas applicable

99 – Je ne sais pas

D-6. Quel est votre niveau de satisfaction concernant la qualité globale du service que vous avez reçu lors de votre dernière communication avec l'Agence du revenu du Canada? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait insatisfait et 10 signifie que vous êtes tout à fait satisfait.

AUTORISER UN SEUL CODE

1 – Tout à fait insatisfait

2

3

4

5

6

7

8

9

10 – Tout à fait t satisfait

99 – Je ne sais pas

D-6a. [SI D-1 = 01] Avez-vous obtenu de l'Agence du revenu du Canada ce dont vous aviez besoin à ce moment-là?

AUTORISER UN SEUL CODE

01 – Oui

02 – Non

99 – Je ne sais pas

D-7. Selon votre expérience, diriez-vous que le niveau du service à la clientèle offert par l'Agence est meilleur, à peu près semblable ou pire que le service que vous pourriez recevoir des institutions financières avec lesquelles vous faites affaire?

AUTORISER UN SEUL CODE

01 – Meilleur

02 – À peu près semblable

03 – Pire

99 – Je ne sais pas

ÉCHANTILLON FRACTIONNÉ – MODULES DE SERVICE (E) & D'OBSERVATION (F)

Module de service (échantillon fractionné avec l'observation, poser à la moitié)

- E-1. [PME SEULEMENT] [SI CB-2 = 02 SERVICES D'UN SPÉCIALISTE]** Vous avez indiqué plus tôt que vous avez utilisé un service de préparation de déclarations de revenus externe pour vous aider à préparer votre dernière déclaration de revenus. Quel serait votre niveau de confiance si on vous demandait de préparer et de soumettre les déclarations pour votre entreprise sans de l'aide externe? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous n'auriez aucune confiance et 10 signifie que vous auriez beaucoup de confiance.

AUTORISER UN SEUL CODE

- 1 – aucune confiance
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 – beaucoup de confiance
- 99 – Je ne sais pas

- E-2.** Vous allez maintenant être présenté avec une liste de situations où vous pourriez avoir à traiter avec l'Agence. Pour chacune, indiquez comment vous SOUHAITERIEZ recevoir le service ou les renseignements de l'Agence.

PRÉSENTEZ LES ÉNONCÉS ALÉATOIREMENT

- a. Si vous vouliez des renseignements de base, que feriez-vous?
- b. Si vous aviez besoin de précisions sur des renseignements que l'Agence vous a envoyés, que feriez-vous?
- c. Si vous aviez besoin d'assistance sur une situation fiscale personnelle, comme les impôts dû sur un héritage, que feriez-vous?

PRÉSENTEZ LES RÉPONSES DE 01 TO 06 ALÉATOIREMENT; AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 – Visiter les pages d'impôts sur le site Web Canada.ca
- 02 – Communiquer avec l'Agence par téléphone
- 03 – Envoyer une lettre à l'Agence
- 04 – Envoyer un courriel à l'Agence

- 05 – Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux
- 06 – Communiquer avec l'Agence via leur outil de chat en ligne
- 07 – Envoyer une télécopie à l'Agence
- 08 – **[PME SEULEMENT]** Demander au conseiller financier ou au comptable de communiquer avec l'Agence
- 98 – Autre méthode: veuillez préciser [Zone de texte ouverte: _____]
- 99 – Je ne sais pas

E-3. Si vous aviez un désaccord avec l'Agence au sujet [**PME** : de vos impôts d'entreprise][**IF** : des impôts d'un client], dans quelle mesure êtes-vous confiant que la situation **se réglerait**? Veuillez répondre en utilisant une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie que vous n'êtes pas du tout confiant et « 10 », que vous êtes extrêmement confiant.

AUTORISER UN SEUL CODE

- 1 – pas du tout confiant
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 – extrêmement confiant
- 99 – Je ne sais pas

E-4. Et quelle que soit la façon dont le désaccord est résolu, dans quelle mesure êtes-vous confiant que le processus serait exécuté de façon équitable?

AUTORISER UN SEUL CODE

- 1 – pas du tout confiant
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 – extrêmement confiant
- 99 – Je ne sais pas

E-5. Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « tout à fait en désaccord » et 10 signifie « tout à fait d'accord ».

PRÉSENTEZ LES ÉNONCÉS ALÉATOIREMENT - AUTORISER UN SEUL CODE PAR ÉNONCÉ

- d) L'ARC assume que les entreprises déclarent leurs impôts avec exactitude jusqu'à preuve du contraire.
- e) Lorsque je communique avec l'Agence par téléphone, je suis en mesure d'être servi dans la langue officielle de mon choix, c'est-à-dire le français ou l'anglais.
- f) Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt [PME : auxquels mon entreprise a le][TI : auxquels mes clients ont le] droit.
- g) Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence.
- h) L'ARC se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit.
- i) L'ARC offre des services en ligne qui répondent à vos besoins.

1 – Tout à fait en désaccord

2

3

4

5

6

7

8

9

10 – Tout à fait en accord

99 – Je ne sais pas

E-6. Vous êtes-vous inscrit au service en ligne [PME: Mon dossier d'entreprise][IF: Représenter un client] de l'ARC?

AUTORISER UN SEUL CODE

01 – Oui

02 – Non

99 – Je ne sais pas

E-7. [SI D-1=01 ET D-2=02 ET E-6=01] Vous avez indiqué plus tôt que votre dernier contact était par téléphone. Quelle est la principale raison pour laquelle vous avez décidé d'appeler au lieu d'utiliser le portail [PME: Mon dossier d'entreprise][IF: Représenter un client]?

ZONE DE TEXTE OUVERTE

EB-8. [PME SEULEMENT] Si vous receviez une lettre de l'ARC adressée à votre entreprise, que seriez-vous le plus susceptible de faire?

AUTORISER UN SEUL CODE

01 – Je la lirais et m'en occuperais moi-même

02 – Je la lirais et la donnerais à mon comptable ou à mon service financier pour qu'il s'en occupe

03 – Je la donnerais à mon comptable ou à mon service financier sans la lire

99 – Je ne sais pas

EB-9. [PME SEULEMENT] [SI EB-8= 02 OU 03] Votre organisation a-t-elle des employés dédiés qui traitent avec l'ARC au nom de votre organisation?

AUTORISER UN SEUL CODE

01 – Oui

02 - Non

99 – Je ne sais pas

E-10. [PME SEULEMENT] Veuillez indiquer si votre entreprise fait chacune des activités suivantes fréquemment, parfois, rarement ou jamais.

[PRÉSENTEZ LES ÉNONCÉS ALÉATOIREMENT - AUTORISER UN SEUL CODE PAR ÉNONCÉ]

a. Services bancaires en ligne

b. Faire des achats en ligne

c. Envoyer ou recevoir des transferts d'argent électronique (virements électroniques)

d. Recevoir des factures par voie électronique

e. Envoie des factures par voie électronique

f. Maintient un site Web d'entreprise

g. Effectuer des paiements en ligne

01 – Fréquemment

02 – Parfois

03 - Rarement

04 - Jamais

99 – Je ne sais pas

E-11. Avez-vous déjà consulté les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca pour y chercher des renseignements liés aux impôts?

AUTORISER UN SEUL CODE

01 –Oui

02 – Non

99 – Je ne sais pas

E-12. [POSER LA QUESTION E-12 SEULEMENT SI LA RÉPONSE À LA QUESTION E-11 EST « OUI »]

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord au sujet des pages sur l'impôt du site Web Canada.ca. Pour chaque énoncé, veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 signifie que vous êtes tout à fait d'accord.

[PRÉSENTEZ LES ÉNONCÉS ALÉATOIREMENT – AUTORISER UN SEUL CODE PAR ÉNONCÉ]

- a. Les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre.
- b. Il est facile de trouver les renseignements que je cherche.
- c. Le site Web vous fournit les renseignements dont vous avez besoin.

1 – Tout à fait en désaccord

2

3

4

5

6

7

8

9

10 – Tout à fait en accord

99 – Je ne sais pas

EB-13. En pensant à [PME : votre entreprise] [IF : vos clients d'entreprise], veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants.

[PRÉSENTEZ LES ÉNONCÉS ALÉATOIREMENT- AUTORISER UN SEUL CODE PAR ÉNONCÉ]

- a) Au cours de la dernière année, j'ai mis moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin pour remplir les obligations de [PME : mon entreprise][IF : mes clients d'entreprise] auprès de l'ARC.
- b) L'ARC élabore de nouveaux produits et services qui répondent bien aux impératifs liés aux affaires.
- c) L'ARC prend en considération les besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services.

1 – Tout à fait en désaccord

2

3

4

5

6

- 7
- 8
- 9
- 10 – Tout à fait en accord
- 99 – Je ne sais pas

EB-14. Sur une échelle de 1 à 10, à quel point est-ce un fardeau [**PME** : pour votre entreprise de respecter ses obligations en matière de production de déclarations][**IF** : pour vous de respecter les obligations en matière de production de déclarations pour vos clients d'entreprises]?

AUTORISER UN SEUL CODE

- 01– Pas du tout un fardeau
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 – Énorme fardeau
- 99 – Je ne sais pas

Module d'observation (échantillon fractionné avec le service, poser à la moitié)

Les prochaines questions portent sur des enjeux liés à la fraude fiscale dans les déclarations de revenus d'entreprises. Par fraude fiscale, nous voulons dire les entreprises qui choisissent délibérément de ne pas déclarer une partie de leurs revenus. Rien dans cette section ne concerne votre entreprise. Nous voulons plutôt connaître votre opinion à ce sujet. On tient à vous rappeler que vos réponses n'auront aucune incidence sur votre relation avec le gouvernement du Canada ou l'ARC.

F-1. Sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « pas du tout courante » et « 10 » signifie « très courante », selon vous, dans quelle mesure la fraude fiscale par les entreprises est-elle courante au Canada?

AUTORISER UN SEUL CODE

- 01– Pas du tout courante
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

8

9

10 – Très courante

99 – Je ne sais pas

F-2. Pensez-vous que l'Agence du revenu du Canada en fait trop, pas assez ou juste assez pour réduire la fraude fiscale par les entreprises?

AUTORISER UN SEUL CODE

01 – Pas assez d'efforts

02 - Juste assez d'efforts

03 – Trop d'efforts

99 – Je ne sais pas

F-3. Sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « Pas du tout probable » et « 10 » signifie « Très probable », selon vous, dans quelle mesure les entreprises canadiennes qui trichent dans leurs déclarations de revenus sont-elles susceptibles de se faire prendre?

AUTORISER UN SEUL CODE

01– Pas du tout probable

2

3

4

5

6

7

8

9

10 – Très probable

99 – Je ne sais pas

F-4. Pensez à une situation où une entreprise que vous connaissez pratique peut-être la fraude fiscale. Sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « Pas du tout probable » et « 10 » signifie « Très probable », quelle est la probabilité que vous dénonciez cette entreprise si...?

[POSER EN ORDRE - AUTORISER UN SEUL CODE]

a) Vous soupçonnez qu'elle pratiquait la fraude fiscale?

b) Vous saviez avec certitude qu'elle pratiquait la fraude fiscale?

01– Pas du tout probable

2

3

- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 – Très probable
- 99 – Je ne sais pas

F-5. Si vous comparez l'impôt payé par l'ensemble des entreprises canadiennes aux services offerts par les gouvernements, pensez-vous qu'elles paient trop d'impôt, juste assez d'impôt ou trop peu d'impôt?

AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 – Beaucoup trop
- 02 – Un peu trop
- 03 – juste assez d'impôt
- 04 – Trop peu
- 99 – Je ne sais pas

F-6. Veuillez indiquer si vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants. Pour chaque énoncé, veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 signifie que vous êtes tout à fait d'accord.

[PRÉSENTEZ LES ÉNONCÉS ALÉATOIREMENT- AUTORISER UN CODE PAR ÉNONCÉ]

- f) Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant.
- g) La fraude fiscale auprès des entreprises réduit les fonds disponibles pour les services essentiels, notamment les soins de santé et l'éducation.
- h) L'ARC n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus d'une entreprise.
- i) Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future.
- f) Les entreprises qui ne payent pas l'impôt sur tous leurs revenus, ou qui ne perçoivent pas la TPS/TVH, ont un avantage injuste par rapport à celles qui le font.
- q) Il est acceptable que l'ARC utilise des information accessibles au public, comme les médias sociaux, pour aider à repérer les entreprises qui ne paient pas leur juste part d'impôts.
- r) L'ARC devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales.

- 01– Tout à fait en désaccord
- 2
- 3

- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 – Tout à fait en accord
- 99 – Je ne sais pas

GRAVITÉ DES TYPES DE FRAUDE

F-8 Sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « pas du tout un cas de fraude fiscale » et « 10 » signifie « grave cas de fraude fiscale », quelle cote accorderiez-vous aux comportements suivants?

[PRÉSENTEZ LES ÉNONCÉS ALÉATOIREMENT - AUTORISER UN CODE PAR ÉNONCÉ]

- b) Sous-estimation du revenu gagné en argent comptant
- c) Dépenses réclamées en trop
- d) **[IF SEULEMENT]** Obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant
- e) Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations
- f) Omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration, y compris ceux de paradis fiscaux
- g) **[PME SEULEMENT]** Obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question
- h) **[IF SEULEMENT]** Promouvoir un programme de dons de bienfaisance alors que les crédits d'impôt dépassent le montant donné
- i) Non-enregistrement d'une entreprise
- j) **[PME SEULEMENT]** Payer des employés en argent comptant pour éviter les impôts sur les salaires
- k) **[IF SEULEMENT]** Travailler et recevoir une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu
- l) Ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne
- m) Ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la crypto-monnaie, c'est-à-dire une monnaie numérique comme le bitcoin
- n) Ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux

•

01– Pas de tout un cas de fraude fiscale

- 2
- 3
- 4

- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 – Grave cas de fraude fiscale
- 99 – Je ne sais pas

FB-9. [POUR TOUTE NOTE DE 5 OU INFÉRIEURE À LA FB-8, CHOISISSEZ UN SCÉNARIO AU HASARD ET DEMANDEZ:] Vous avez noté **[INSÉREZ LE SCÉNARIO ICI]** comme n'étant pas un grave cas de fraude fiscale. Veuillez considérer le scénario suivant et notez sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « Pas du tout un cas de fraude fiscale » et « 10 » signifie « Grave cas de fraude fiscale ».

Quelle note donneriez-vous :

AUTORISER UN CODE PAR ÉNONCÉ

- a. **[INSÉREZ LE SCÉNARIO ICI]** lorsque l'entreprise est en mesure d'éviter de payer 1 000 \$ à titre d'impôt?
[SI LA NOTE EST TOUJOURS 5 OU INFÉRIEURE À 5, DEMANDEZ] :
- b. **[INSÉREZ LE SCÉNARIO ICI]** lorsque l'entreprise est en mesure d'éviter de payer 10 000 \$ à titre d'impôt?
[SI LA NOTE EST TOUJOURS 5 OU INFÉRIEURE À 5, DEMANDEZ]:
- c. **[INSÉREZ LE SCÉNARIO ICI]** lorsque l'entreprise est en mesure d'éviter de payer 50 000 \$ à titre d'impôt?

- 01– Pas du tout un cas de fraude fiscale
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 – Grave cas de fraude
- 99 – Je ne sais pas

F-10. Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « pas du tout important » et 10 signifie « très important », dans quelle mesure est-il important ... ?

PRÉSENTEZ LES ÉNONCÉS ALÉATOIREMENT - AUTORISER UN CODE PAR ÉNONCÉ

- a) Pour l'ARC de recouvrer les taxes impayées lorsque les gens travaillent clandestinement pour de l'argent?

b) Pour l'ARC de recouvrer les taxes impayées lorsque les gens ne déclarent pas des biens ou des revenus étrangers imposables?

•

01– Pas du tout important

2

3

4

5

6

7

8

9

10 – Très important

99 – Je ne sais pas

POSER A TOUS (FIN D'ÉCHANTILLON FRACTIONNÉ)

PROFIL DU RÉPONDANT

Ces dernières questions seront utilisées à des fins de statistique seulement. Soyez assuré que toutes vos réponses demeureront strictement confidentielles.

PB-1. [PME SEULEMENT] À quel genre vous identifiez-vous ...:

AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 – Homme
- 02 – Femme
- 03 – Autre, veuillez préciser
- 99 – Je préfère ne pas répondre

PB-2. [PME SEULEMENT] En quelle année êtes-vous né(e)?

98 – _ _ _ _

99 – Je préfère ne pas répondre

•

PB-3. [PME SEULEMENT] [SI PB-2=99] Pourriez-vous choisir la catégorie d'âge à laquelle vous appartenez ?

AUTORISER UN SEUL CODE

01 – 18 à 24

02 – 25 à 34

03 – 35 à 49

04 – 50 à 64

- 05 – 65 ans ou plus
- 99 – Je préfère ne pas répondre

PB-15. [PME SEULEMENT] Dans quelle industrie ou quel secteur exploitez-vous votre entreprise? Si vous êtes actif dans plus d'un secteur, veuillez déterminer le secteur d'activité principal.

AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 – Services d'hébergement et de restauration
- 02 – Administratif et de soutien
- 03 – Agriculture, foresterie, pêche et chasse
- 04 – Arts, spectacles et loisirs
- 05 – Construction
- 06 – Services d'enseignement
- 07 – Finance et assurance
- 08 – Soins de santé et assistance sociale
- 09 – Gestion de sociétés et d'entreprises
- 10 – Fabrication
- 11 – Extraction minière, pétrolière et gazière
- 12 – Services professionnels, scientifiques et techniques
- 13 – Administration publique
- 14 – Services immobiliers et services de location et de location à bail
- 15 – Organisme de bienfaisance enregistré
- 16 – Commerce de détail
- 17 – Transport et entreposage
- 18 – Services publics
- 19 – Services de gestion des déchets et d'assainissement
- 20 – Commerce de gros
- 21 – Industrie de l'information et industrie culturelle
- 98 – Autre secteur : veuillez préciser votre secteur [ZONE DE TEXTE OUVERTE : _____]
- 99 – Je préfère ne pas répondre

PB-16.[IF SEULEMENT] Quels types de tâches fiscales votre entreprise fait-elle pour le compte de vos clients qui sont des petites entreprises? Veuillez indiquer tout ce qui s'applique à vous.

ACCEPTEZ PLUSIEURS RÉPONSES

- 01 – Comptabilité
- 02 – Paie
- 03 – Préparation de déclarations
- 04 – Tenue de livres
- 98 – Autre type de tâches : veuillez préciser [ZONE DE TEXTE OUVERTE BOX : _____]
- 99 – Je préfère ne pas répondre

PB-17. Depuis combien de temps votre entreprise mène-t-elle ses activités?

AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 – Moins d'un an
- 02 – 1 à 2 ans
- 03 – 3 à 5 ans
- 04 – 6 à 10 ans
- 05 – Plus de 10 ans
- 99 – Je préfère ne pas répondre

PB-12. [PME SEULEMENT] Faites-vous partie de la population autochtone, c'est-à-dire Premières Nations, Métis ou Inuk (Inuit)? Premières Nations comprend les Indiens avec statut et les Indiens sans statut.

AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 Oui
- 02 Non
- 99 Je préfère ne pas répondre

PB-13. [PME SEULEMENT] Est-ce que vous vous identifiez comme une personne handicapée? Une personne handicapée est une personne qui a une déficience à long terme ou récurrente (comme la vision, l'ouïe, la mobilité, la souplesse, la dextérité, la douleur, l'apprentissage, le développement, la mémoire ou la santé mentale) qui limite ses activités quotidiennes à l'intérieur ou à l'extérieur de la maison (comme l'école, le travail ou la collectivité en général).

AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 Oui
- 02 Non
- 03 Ne sait pas
- 99 Préfère ne pas répondre

Voilà qui met fin au sondage effectué pour le compte de l'Agence du revenu du Canada. Dans les mois à venir, le rapport sera accessible par Bibliothèque et Archives Canada. Je vous remercie beaucoup d'avoir pris le temps de répondre au sondage. Nous vous en sommes très reconnaissants.