



Agence du revenu  
du Canada

Canada Revenue  
Agency

# Recherche d'entreprise annuelle 2021-2022 - Phase quantitative

## Résumé

**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](mailto: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

#### Résumé

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](mailto:cra-arc.media@cra-arc.gc.ca)

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

**Numéro de catalogue** : Rv4-126/2-2022F-PDF

**Numéro international normalisé du livre (ISBN)** : 978-0-660-44213-6

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

**Numéro de catalogue** : Rv4-126/2-2022E-PDF (résumé, anglais)

**ISBN** : 978-0-660-44211-2



## 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 concernant 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 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.

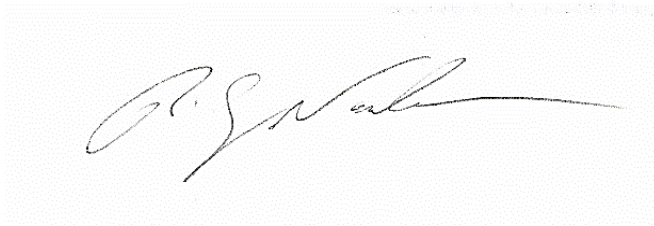
Enfin, on a demandé aux PME et aux intermédiaires fiscaux d'évaluer l'importance des efforts de recouvrement en cas d'évitement fiscal. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout important » et 10, « très important ».

- 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 Qorus 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 'R. Nadeau', is centered on a white background with a light gray grid pattern.

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