



Agence du revenu
du Canada

Canada Revenue
Agency

Parler d'impôts avec les jeunes – Recherche en marketing auprès des jeunes

Résumé

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada

Nom du fournisseur : Kantar

Numéro de contrat : 46558-227146/001/CY

Valeur du contrat : 53 515,39 \$

Date d'octroi du contrat : 20 janvier 2022

Date de livraison : 31 mars 2022

Numéro d'inscription : POR 103-21

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

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

This report is also available in English.

Canada

Parler d'impôts avec les jeunes – Recherche en marketing auprès des jeunes

Résumé

Préparé pour : l'Agence du revenu du Canada

Nom du fournisseur : Kantar

Mars 2022

L'Agence du revenu du Canada a demandé à Kantar d'aider l'Agence à mieux comprendre les approches de marketing et de communication privilégiées pour les jeunes au sujet des renseignements fiscaux. Un total de 1 001 Canadiens âgés de 18 à 24 ans ont été interrogés en ligne en février et en mars 2022. La présente publication rend compte des résultats de cette recherche sur l'opinion publique.

This publication is also available in English under the title : **Communicating with Youth about Taxes – Youth Marketing Research.**

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales uniquement. Une autorisation écrite doit être obtenue au préalable auprès de l'ARC. Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec l'Agence à l'adresse suivante : cra-arc.media@cra-arc.gc.ca.

Numéro de catalogue :

Rv4-153/2-2022F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) :

978-0-660-42607-5

Publications connexes (numéro d'enregistrement : ROP 103-21) :

Numéro de catalogue :

Rv4-153/2-2022E-PDF (résumé, Anglais)

Numéro international normalisé du livre (ISBN)

978-0-660-42605-1

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par la ministre de l'Agence du revenu du Canada, 2022



1. Résumé

1.1 CONTEXTE

Malgré des connaissances financières globales élevées chez les jeunes au Canada, il existe un besoin en matière d'éducation financière supplémentaire au sein de ce groupe d'âge. Un besoin de mieux comprendre les structures fiscales au Canada et la façon de produire des déclarations de revenus a été cerné chez les jeunes, ce qui est particulièrement pertinent pour l'Agence.

À cette fin, en 2019, l'Agence a entrepris des consultations qui visaient à trouver des façons d'améliorer son service, et les commentaires recueillis indiquaient clairement qu'il était nécessaire d'accroître la communication et l'éducation au sujet du régime fiscal canadien chez les jeunes. Cela a été appuyé par la recherche annuelle de l'Agence, où les participants ont suggéré que les sentiments négatifs à l'égard de la production de déclarations de revenus pourraient être atténués au moyen de cours, de ressources et de webinaires ciblant les jeunes.

À la suite de la recherche de 2019, l'Agence a élaboré la Stratégie jeunesse afin d'appuyer les initiatives à l'échelle du gouvernement et les récentes lettres de mandat de la ministre du Revenu national. La Stratégie jeunesse vise à accroître la littératie financière en diffusant un contenu pratique et simple aux jeunes, avec les objectifs supplémentaires d'aider les jeunes à mieux comprendre la fonction de l'impôt et leurs obligations, d'accroître la visibilité des prestations et d'éduquer les jeunes au sujet de la production de déclarations de revenus.

1.2 Objectifs de la recherche

L'objectif principal de la recherche était d'aider l'Agence à mieux comprendre les approches de marketing et de communication privilégiées pour les jeunes au sujet des renseignements fiscaux. Plus précisément, les objectifs étaient les suivants :

- Établir une mesure de base concernant les habitudes de production de déclarations de revenus et la sensibilisation aux sujets liés à l'impôt chez les jeunes.
- Mettre à l'essai des messages clés et des produits de marketing existants auprès des jeunes de 18 à 24 ans afin de s'assurer que les documents de marketing et de communication ont été élaborés d'une manière qui trouve écho auprès des jeunes.
- Déterminer le ton, le style et les formats que préfèrent les jeunes lorsqu'ils consomment des renseignements fiscaux.

- Cerner les lacunes en matière de connaissances pour élaborer le contenu futur.

En plus de guider les approches en matière de marketing et de communication pour les jeunes, les résultats du sondage serviront de base de référence pour les indicateurs de rendement clés (IRC) et aideront l'Agence à valider la façon dont elle élabore actuellement du contenu et met à l'essai les messages clés destinés aux jeunes de 18 à 24 ans.

1.3 Aperçu de la méthodologie

Un sondage en ligne a été mené auprès de 1 001 Canadiens âgés de 18 à 24 ans. Le sondage a été mené en ligne à l'aide d'un échantillon constant. Par conséquent, cela constitue un échantillonnage non probabiliste. La marge d'erreur ne peut donc pas être calculée et les conclusions de ces résultats ne peuvent pas être appliqués à une population donnée.

Un essai préliminaire a été entrepris les 23 et 24 février 2022, et il a permis d'obtenir 10 réponses en anglais et 10 réponses en français, y compris des questions d'approfondissement. Selon les résultats de l'essai préliminaire, aucun changement n'était requis et, par conséquent, les résultats des 20 examens complets ont été inclus dans l'ensemble final de données. Le sondage a été effectué du 24 février au 8 mars 2022. La méthodologie détaillée est disponible à l'annexe A.

Remarque : Une analyse a été entreprise pour établir la portée des liens entre les variables, comme le sexe, l'âge, la région et le niveau d'études atteint. Seules les différences significatives au niveau de confiance de 95 % sont présentées dans ce rapport. Toutes les différences qui sont significatives sur le plan statistique entre les sous-groupes sont indiquées par une lettre majuscule pour faire référence à la colonne applicable.

Les nombres présentés dans le présent rapport sont arrondis au nombre entier le plus près. Dans certains cas, les nombres fusionnés peuvent sembler différer d'un point de pourcentage comparativement aux nombres présentés individuellement, et les sommes peuvent ne pas totaliser 100 %.

1.4 Valeur du contrat

La valeur totale du contrat pour le projet était de **53 515,39 \$**, y compris les taxes applicables.

1.5 Énoncé de neutralité politique

J'atteste, par les présentes, à titre de représentant de Kantar, que les produits livrables se conforment entièrement aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

A handwritten signature in black ink, reading "Tanya Whitehead". The signature is written in a cursive, flowing style.

Tanya Whitehead

Kantar

Vice-président, chef de la pratique publique

2. Principales constatations

Sensibilisation

Un peu plus du tiers (36 %) des jeunes Canadiens interrogés (âgés de 18 à 24 ans) savent que l'Agence du revenu du Canada a un outil d'apprentissage en ligne qui peut leur apprendre à produire leurs propres déclarations de revenus. Parmi ceux qui connaissent l'outil d'apprentissage en ligne de l'Agence, la moitié (50 %) ont visité le site Web.

Comportements et attitudes en matière de production de déclarations de revenus

Environ les deux tiers (65 %) des jeunes âgés de 18 à 24 ans ont déjà produit leurs déclarations de revenus. En moyenne, les jeunes produisent leur première déclaration de revenus à 18 ans, et les trois quarts (77 %) produisent leur première déclaration de revenus avant l'âge de 20 ans.

En tout, 41 % des jeunes interrogés ont produit leur dernière déclaration de revenus eux-mêmes, électroniquement à l'aide d'un logiciel de préparation de déclarations de revenus (33 %) ou sur papier (8 %). Bon nombre d'entre eux reçoivent de l'aide d'un comptable ou d'un fiscaliste (30 %), d'un membre de la famille (25 %), d'un ami (4 %) ou d'un bénévole d'un comptoir d'impôts (1 %).

L'indépendance en matière de production de déclarations de revenus se produit à différents âges pour les jeunes interrogés. La grande majorité (70 %) des jeunes produisant leurs déclarations de revenus de façon indépendante à l'âge de 20 ans.

Il n'est pas étonnant de constater que ceux qui produisent leur propre déclaration de revenus sont très confiants (63 % sont très ou plutôt confiants). Toutefois, il est encore possible de renforcer la confiance des déclarants, car 17 % des contribuables continuent d'être peu confiants (pas du tout ou quelque peu) même s'ils produisent leurs propres déclarations de revenus. Parmi ceux qui ne produisent pas leur propre déclaration de revenus, le degré de confiance est beaucoup plus faible. Seulement un jeune sur cinq est convaincu qu'il pourrait produire sa propre déclaration de revenus (21 % sont très ou plutôt confiants), tandis que plus de la moitié (54 %) des jeunes manquent de confiance (pas du tout ou quelque peu confiants).

Préoccupations ou avantages liés à la production de déclarations de revenus

En ce qui concerne la production de déclarations de revenus, un certain nombre de préoccupations sont présentes chez les jeunes. La principale préoccupation des jeunes interrogés est la crainte de commettre une erreur (67 %), tandis que d'autres préoccupations clés comprennent la difficulté à comprendre les renseignements fiscaux (39 %), le fait de ne pas connaître les déductions et les crédits auxquels ils pourraient être admissibles (38 %), le coût pour la production des déclarations de revenus (23 %), le fait de ne pas savoir

où obtenir de l'aide ou quels services sont offerts (21 %), le manque d'accès à un comptoir d'impôts gratuit (10 %) ou un piètre accès à Internet (6 %).

Pratiquement tous les jeunes perçoivent un certain nombre d'avantages à produire leur déclaration de revenus. Les principaux avantages comprennent ce qui suit :

- Payer les programmes et les services pour les personnes vivant au Canada (54 %)
- Obtenir des paiements de prestations et de crédits (50 %)
- Obtenir un remboursement d'impôt (49 %)
- Suivre les règles parce que tout le monde devrait payer ses impôts (46 %)
- Accumuler des droits de cotisation à un régime enregistré d'épargne-retraite (REER) (29 %)

Messages

Parmi les trois messages qui ont été mis à l'essai, « Si vous n'avez jamais produit de déclaration de revenus, vous ne savez peut-être pas par où commencer. L'outil d'apprentissage en ligne "Comprendre vos impôts" vous permettra de partir du bon pied. » est légèrement plus susceptible d'encourager les jeunes à en apprendre davantage sur les impôts (37 %) que les autres messages qui ont été mis à l'essai.

- « Imaginez un Canada sans soins de santé ni écoles ou sécurité publique. Les impôts sont essentiels au maintien de notre qualité de vie et à la prospérité de nos collectivités. Découvrez comment les recettes fiscales sont utilisées pour payer les services dont peuvent profiter tous les Canadiens. (32 %) »
- « Vous commencez votre premier emploi? Comprenez les prestations et crédits et comment produire votre déclaration de revenus. (32 %) »

Le processus de préparation et de soumission des déclarations de revenus est décrit des deux façons suivantes : 1) on doit faire une déclaration de revenus (47 %) et 2) produire votre déclaration de revenus (53 %).

Préférences relatives au contenu et au format du matériel d'apprentissage

Les sujets d'intérêt qui préoccupent la grande majorité des jeunes sont les prestations, crédits et déductions d'impôt (52 %) ainsi que la façon de produire une déclaration de revenus (45 %).

Les autres sujets d'intérêt comprennent les REER et les CELI (39 %), les services qui sont offerts pour aider à produire une déclaration de revenus (35 %), les renseignements fiscaux pour les personnes qui gagnent un revenu au moyen d'applications mobiles et de sites Web (33 %) et les renseignements fiscaux pour les travailleurs indépendants ou les nouveaux propriétaires d'entreprise (24 %).

La préférence en matière de format varie, mais voici le classement selon le format le plus privilégié au moins privilégié :

1. Vidéos explicatives
2. Contenu Web
3. Infographie

4. Webinaires
5. Bulletins électroniques
6. Balados

Rétroaction sur la vidéo Comprendre vos impôts

On a demandé aux répondants de visionner une vidéo éducative sur les talons de paie et de fournir des commentaires. La grande majorité des répondants a trouvé la vidéo facile à comprendre (86 %) et estimait que les renseignements fournis étaient utiles (87 %). Les trois quarts des répondants ont trouvé la vidéo intéressante (74 %).

Les jeunes ont aimé plusieurs choses au sujet de la vidéo, mais ils ont principalement aimé le contenu et le format (86 %) et plus précisément l'explication (49 %), les renseignements (27 %) et la nature concise de la vidéo (11 %). Les autres éléments positifs comprenaient les éléments visuels (17 %) et la personne qui parle (8 %).

Les recommandations aux fins d'amélioration qui ont été présentées portaient aussi principalement sur le contenu et le format (37 %), plus précisément sur ce qui suit :

- Aspects techniques : sous-titres, graphiques agrandis ou éclairage accru/meilleurs angles de caméra (6 %)
- Durée : plus courte (5 %) ou plus longue (3 %)
- Intérêt accordé au contenu : plus captivant, intéressant ou divertissant (5 %)
- Personne qui parle : plus intéressante ou voix différente (4 %)
- Éléments visuels : en ajouter ou les rendre plus intéressants (3 %)

Différences entre les groupes démographiques

Les comportements et les attitudes en matière de production de déclarations de revenus varient en fonction d'un certain nombre de données démographiques. Notamment, l'âge, le sexe, la région, la langue et l'éducation.

Âge

- Comparativement à leurs homologues plus jeunes, les plus âgés (de 21 à 24 ans) sont plus susceptibles de connaître l'outil (39 % par rapport à 30 % chez les jeunes de 18 à 20 ans) et d'avoir produit leur déclaration de revenus (72 % par rapport à 52 %) au moins une fois, et ils ont moins d'intérêt à apprendre comment produire une déclaration de revenus (44 % par rapport à 54 %).

Sexe

- Les hommes âgés de 18 à 24 ans sont plus susceptibles de produire leur propre déclaration de revenus par voie électronique à l'aide d'un logiciel de préparation de déclarations de revenus que les femmes (39 % par rapport à 27 %) et d'être préoccupés par le manque d'accès aux comptoirs d'impôts gratuits (13 % par rapport à 7 %).
- Les femmes âgées de 18 à 24 ans qui ne produisent pas leur propre déclaration de revenus sont moins confiantes que les hommes (62 % par rapport à 47 % pas du tout ou quelque peu confiants/confiantes) et sont plus susceptibles d'obtenir de l'aide d'un comptable ou d'un professionnel de l'impôt (36 % par

rapport à 25 %). De plus, les femmes sont plus susceptibles que les hommes d'avoir peur de commettre des erreurs (73 % par rapport à 61 %), de faire part de leurs difficultés à comprendre les renseignements (48 % par rapport à 30 %) et de déclarer ne pas connaître les déductions et crédits qui existent (43 % par rapport à 33 %). Ainsi, il est peu surprenant de constater que les femmes ont plus d'intérêt que les hommes à en apprendre davantage sur les prestations, crédits et déductions d'impôt, la façon de produire une déclaration de revenus ainsi que les REER et CELI (56 % par rapport à 48 %; 50 % par rapport à 41 %; et 43 % par rapport à 35 %, respectivement).

- Les avantages liés à la production de déclarations de revenus diffèrent également entre les hommes et les femmes âgés de 18 à 24 ans. Les femmes sont plus susceptibles de croire que le fait de payer pour des programmes et des services offerts aux personnes vivant au Canada est un avantage lié à la production de déclarations de revenus (58 % par rapport à 51 %), tandis que les hommes sont plus susceptibles de croire en la nécessité de suivre les règles parce que tout le monde devrait payer de l'impôt (50 % par rapport à 43 %).

Région et langue

- Comparativement aux jeunes qui vivent au Québec, ceux qui vivent à l'extérieur du Québec connaissent mieux les outils d'apprentissage (37-41 % par rapport à 26 %), et ils sont plus susceptibles de produire leur propre déclaration de revenus par voie électronique à l'aide d'un logiciel de préparation de déclarations de revenus (31-38 % par rapport à 18 %) ainsi que de vouloir en apprendre davantage sur les prestations, crédits et déductions d'impôt (51-63 % par rapport à 42 %).
- De plus, les répondants anglophones sont plus susceptibles de produire leur déclaration par voie électronique à l'aide d'un logiciel de préparation de déclarations de revenus que leurs homologues francophones (35 % par rapport à 20 %) et ont plus d'intérêt à en apprendre davantage sur les prestations, crédits et déductions d'impôt ainsi que sur les fourchettes d'imposition (56 % par rapport à 39 %).

Niveau de scolarité

- Les répondants ayant un faible niveau de scolarité sont moins susceptibles de connaître l'outil d'apprentissage (31 % par rapport à 40-59 %) et plus susceptibles de mentionner des difficultés à comprendre les renseignements fiscaux (43 % s'ils possèdent des études secondaires ou moins par rapport à 36-37 % s'ils possèdent au moins des études collégiales ou universitaires).