



Agence du revenu
du Canada

Canada Revenue
Agency

Recherche d'entreprise annuelle 2022-2023 – Phase quantitative

Rapport final

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada

Nom du fournisseur : Quorus Consulting Group Inc.

Numéro de contrat : CW2266860

Montant du contrat (TVH comprise) : 174 047,12 \$

Date d'octroi du contrat : Le 28 décembre 2022

Date de livraison : mai 2023

Numéro d'inscription : POR 105-22

Pour en savoir plus sur ce rapport, veuillez communiquer avec <mailto:cra-arc.media@cra-arc.gc.ca>.

This report is also available in English.

Canada 

Droit d'auteur

Recherche d'entreprise annuelle de l'ARC de 2022-2023 – Quantitative

Rapport final

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada
Nom du fournisseur : Quorus Consulting Group Inc.
Mai 2023

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'une étude qualitative menée par Quorus Consulting Group 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, administré entre le 13 février et le 24 mars 2023, et d'un sondage en ligne auprès de petites et moyennes entreprises (PME) et d'intermédiaires fiscaux, administré entre le 16 février et le 17 mars 2023.

This publication is also available in English under the title: 2022-2023 CRA Annual Corporate Research – Quantitative Component.

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 plus de renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec l'Agence du revenu du Canada par courriel à l'adresse <mailto:cra-arc.media@cra-arc.gc.ca> media.relations@cra-arc.gc.ca.

101, promenade du Colonel-By
Ottawa ON K1A 0K2
Canada

Numéro de catalogue : Rv4-126/2023F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-48708-3

Publications connexes

Numéro de catalogue : Rv4-126/2023E-PDF (Rapport final, Anglais)

ISBN : 978-0-660-48707-6

© Sa Majesté le roi du chef du Canada, représenté par la ministre de l'Agence du revenu du Canada, 2023.



Table des matières

Rapport sommaire	1
But et objectifs de l'étude	1
Populations cibles	2
Méthodologie de recherche	3
Principales constatations	4
Résultats détaillés	26
But et objectifs de l'étude	26
Populations cibles	27
Constatations découlant de la recherche quantitative	29
Perceptions de l'Agence	29
Population générale	29
Confiance à l'égard de l'Agence.....	33
Serviabilité de l'Agence.....	37
Incidence de la hausse du coût de la vie.....	39
Information et protection des renseignements personnels	40
Égalité et équité	41
Ouverture et transparence	43
Petites et moyennes entreprises (PME)	45
Confiance à l'égard de l'Agence.....	50
Serviabilité de l'Agence.....	53
Traiter les renseignements d'entreprise.....	56
Égalité et équité	58
Ouverture et transparence	60
Intermédiaires fiscaux.....	62
Confiance à l'égard de l'Agence.....	66
Serviabilité de l'Agence.....	69
Information et protection des renseignements personnels	71
Égalité et équité	72
Ouverture et transparence	73
Déclarations de revenus	76

Population générale	76
Petites et moyennes entreprises (PME)	83
Intermédiaires fiscaux.....	88
Communication avec l'Agence	90
Population générale	90
Interaction au cours des 12 derniers mois.....	90
Raison de l'interaction	93
Satisfaction à l'égard du service	95
Petites et moyennes entreprises (PME)	98
Interaction au cours des 12 derniers mois.....	98
Raison de l'interaction	100
Satisfaction à l'égard du service	102
Intermédiaires fiscaux.....	107
Interaction au cours des 12 derniers mois.....	107
Raison de l'interaction	109
Satisfaction à l'égard du service	111
Exécution des services	117
Population générale	117
Énoncés sur la prestation de services	117
Inscription aux services en ligne	118
Petites et moyennes entreprises (PME)	120
Confiance sans aide externe	120
Préférences de contact lors des interactions avec l'Agence	121
Confiance à l'égard du règlement des désaccords fiscaux	127
Énoncés sur la prestation de services	129
Inscription aux services en ligne	131
Processus liés à l'impôt des entreprises	134
Utilisation et satisfaction à l'égard des renseignements fiscaux sur le site Web Canada.ca	137
Fardeau en matière de production de déclarations de revenus	138
Intermédiaires fiscaux.....	141
Préférences de contact lors des interactions avec l'Agence	141

Confiance à l'égard du règlement des désaccords fiscaux	146
Énoncés sur la prestation de services	147
Inscription aux services en ligne	149
Utilisation et satisfaction à l'égard des renseignements fiscaux sur le site Web Canada.ca	151
Fardeau en matière de production de déclarations de revenus	152
Attitudes à l'égard de l'observation fiscale	155
Population générale	155
Équité	155
Attraper les fraudeurs fiscaux.....	156
Perceptions de la fraude fiscale.....	159
Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude.....	165
Petites et moyennes entreprises (PME)	168
Équité	168
Attraper les fraudeurs fiscaux.....	170
Perceptions de la fraude fiscale.....	179
Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude.....	182
Intermédiaires fiscaux.....	187
Impôt et services reçus	187
Attraper les fraudeurs fiscaux.....	188
Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude.....	195
Facteurs clés des cotes de rendement de l'Agence	200
Population générale	201
Petites et moyennes entreprises (PME)	203
Intermédiaires fiscaux.....	206
Profil des répondants	209
Population générale	209
Petites et moyennes entreprises (PME)	216
Intermédiaires fiscaux.....	222
Méthodologie de recherche	225
Annexes	237
Questionnaire de la population générale.....	237

Questionnaire PME / Intermédiaires fiscaux..... 253

Rapport sommaire

Quorus Consulting Group Inc.

Numéro de contrat : CW2266860

Numéro d'inscription de la ROP : 105-22

Date d'octroi du contrat : Le 28 décembre 2022

Coût du contrat : 174 047,12 \$

But et objectifs de l'étude

L'Agence du revenu du Canada mène des recherches annuelles sur la planification stratégique et l'établissement de rapports depuis 2005. La structure de la recherche d'entreprise annuelle (REA) 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 REA 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 2023, 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;
- Démographie.

Les objectifs variés de la recherche comprenaient notamment :

- Comprendre les perceptions et les attitudes de la population, permettant à l'Agence de déterminer des publics cibles en vue de mesures et de communications précises.
- Avoir des constatations sur les données afin de compléter les exercices de planification stratégique de l'Agence et l'analyse interne des tendances de l'opinion du public.

- Utiliser les constatations 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 employés¹. Les participants comprenaient des décideurs d'entreprise ou des 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, président-directeur général ou propriétaire;
 - Administrateur supérieur des affaires financières/contrôleur;
 - Comptable;
 - Gestionnaire/agent de la paie;
 - Gestionnaire
 - Commis comptable;
 - Agent financier.
- **Intermédiaires fiscaux** : Travaillant avec des PME clientes relativement à des questions liées à l'impôt ou à la paie.

¹Un petit échantillon d'entreprises comptant 100 employés ou plus a été inclus (n = 30).

Méthodologie de recherche

Deux modes de collecte de données ont été utilisés pour effectuer cette recherche :

- Un sondage téléphonique comportant un échantillon aléatoire de 2 407 Canadiens adultes âgés de 18 ans ou plus a été mené du 13 février au 24 mars 2023. Les membres du public cible précis étaient les contribuables particuliers 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). Des quotas ont été établis par région, par âge et par sexe afin d'assurer un échantillonnage représentatif. Le sondage prenait 17 minutes en moyenne. Un échantillon de 2 407 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 approche de collecte de données randomisées, les résultats du sondage sont extrapolables à l'ensemble de la population adulte canadienne. Les résultats pour les sous-groupes ont une plus grande marge d'erreur d'échantillonnage que pour l'échantillon global en raison de leurs plus petites tailles d'échantillon.
- Un sondage en ligne auprès de 806 PME et de 810 intermédiaires fiscaux a été mené du 16 février au 17 mars 2023. Des quotas en matière de collecte de données ont été établis par région afin d'assurer un échantillonnage représentatif. Le sondage prenait 12 minutes en moyenne. Étant donné que les sondages auprès des PME et des intermédiaires fiscaux étaient des tentatives d'échantillonnage non probabiliste menées au moyen d'un panel de répondants d'entreprises disponibles sur le marché, les résultats de ce sondage ne sont pas statistiquement prévisibles à la population cible, car la méthode d'échantillonnage utilisée ne permet pas de s'assurer que l'échantillon représente la population cible ayant une marge d'erreur d'échantillonnage connue. Les pourcentages déclarés ne peuvent pas être généralisés à un groupe autre que l'échantillon étudié et, par conséquent, aucune conclusion statistique officielle ne peut être tirée d'après les résultats de l'échantillon et la population cible plus large qu'elle peut être censée refléter.

Principales constatations

Perceptions de l'Agence

Perceptions générales

On a demandé aux Canadiens d'évaluer le rendement du gouvernement du Canada en utilisant une échelle de 1 à 10 (où 1 signifiait « médiocre » et 10, « excellent »).

- Plus du cinquième des répondants de la population générale (21 %) ont estimé que le rendement global était bon (cotes de 8 à 10), tandis que près de trois répondants sur cinq (56 %) ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7), pour une cote moyenne de 5,6.
- Plus de deux PME interrogées sur cinq (43 %) ont indiqué que le rendement global était bon, avec une proportion similaire (40 %) attribuant des cotes neutres, pour une cote moyenne de 6,5.
- Près du tiers des répondants de la technologie de l'information (28 %) ont indiqué que le rendement global était bon, tandis que plus de la moitié (55 %) ont attribué des cotes neutres, pour une cote moyenne de 6,0.

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

- Moins du tiers des répondants de la population générale (30 %) ont estimé que le rendement de l'Agence était bon (cotes de 8 à 10), tandis que plus de la moitié des répondants (56 %) ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7), pour une cote moyenne de 6,3. Ces cotes étaient principalement attribuables à un manque de problèmes liés aux interactions avec l'Agence (20 %), suivies par la réceptivité au moment d'être contacté (10 %), une aversion générale à l'égard du paiement de l'impôt (9 %) et une marge d'amélioration générale (8 %) et un bon service à la clientèle (8 %).
- Plus de la moitié des PME interrogées (52 %) ont indiqué que le rendement de l'Agence était bon, tandis que près de deux PME sur cinq (37 %) ont attribué des cotes neutres, pour une cote moyenne de 7,1. Ces cotes sont surtout attribuables à l'expérience de service à la clientèle (bon service à la clientèle – 28 %; mauvais service à la clientèle – 20 %), au mauvais rendement global (8 %) et à la qualité ou fonctionnalité du site Web de l'Agence (6 %).
- Plus du tiers des répondants de la technologie de l'information (34 %) ont indiqué que le rendement global de l'Agence était bon, tandis que plus de la moitié (51 %) ont attribué des cotes neutres, pour une cote moyenne de 6,4. Les cotes des répondants de la technologie de l'information étaient principalement attribuables à l'expérience du service

à la clientèle (bon service à la clientèle – 29 %; mauvais service à la clientèle – 29 %), à l’inefficacité générale (13 %) et à la lenteur du service (8 %).

Confiance à l’égard de l’Agence

On a demandé aux répondants de décrire la mesure dans laquelle ils font confiance à l’Agence en utilisant une échelle de 1 à 7, où 1 représente un « manque de confiance total » et 7 une « confiance totale » :}

- Près de la moitié des Canadiens (49 %) ont exprimé leur confiance à l’égard de l’Agence (cotes de 6 à 7), tandis que plus de deux Canadiens sur cinq (44 %) ont fourni une cote neutre (cotes de 3 à 5), ce qui donne une cote moyenne de 5,3.
- Près de la moitié des PME canadiennes interrogées (48 %) ont exprimé leur confiance à l’égard de l’Agence, tandis que plus de deux PME sur cinq (43 %) ont fourni une cote neutre, ce qui donne une cote moyenne de 5,1.
- Près d’un tiers des répondants canadiens de la technologie de l’information (32 %) ont exprimé leur confiance en l’Agence, tandis que près de trois répondants sur cinq (57 %) ont fourni une cote neutre, ce qui a donné une cote moyenne de 4,7.

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 » :

- Environ la moitié des répondants de la population générale étaient tout à fait d’accord (cotes de 8 à 10) que les employés de l’Agence sont dignes de confiance (54 %) et qu’ils sont capables de bien faire leur travail (50 %). Un peu plus de deux répondants sur cinq ont également convenu que l’Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens (44 %) ou fait ce qui est juste (43 %).
- Près de trois PME canadiennes interrogées sur cinq sont fortement d’accord pour dire que les employés de l’Agence sont dignes de confiance (57 %) et conviennent que les employés de l’Agence sont capables de bien faire leur travail (56 %). Plus de la moitié des PME interrogées 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 (51 %).
- Près de la moitié des intermédiaires fiscaux sont fortement d’accord pour dire que les employés de l’Agence sont dignes de confiance (45 %) et conviennent que les employés de l’Agence sont capables de bien faire leur travail (45 %). Environ deux intermédiaires fiscaux sur cinq sont d’accord pour dire que l’Agence fait ce qui est juste (43 %) et qu’elle travaille pour le bien de tous les Canadiens (40 %).

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 employés de l'Agence sont dignes de confiance » + « Les employés 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 deux répondants de la population générale sur cinq (37 %) ont attribué des cotes de confiance élevées (cotes de 8 à 10), et que 52 % ont attribué des cotes moyennes (cotes de 4 à 7), pour une cote d'indice moyenne de 6,9.
- Les cotes d'indice de confiance élevées étaient les plus fréquentes chez les PME interrogées (50 %); bon nombre d'entre elles (37 %) ont fourni des cotes moyennes, pour une cote d'indice moyenne globale de 6,8.
- Plus d'un tiers des intermédiaires fiscaux canadiens ont fourni une cote élevée de l'indice de confiance (34 %), et plus de la moitié des intermédiaires fiscaux restants ont fourni une cote moyenne de l'indice (53 %), pour une cote moyenne de 6,2.
- La cote globale de l'indice de confiance (c'est-à-dire la cote moyenne des trois groupes de clients) est de 6,6.

Serviabilité de l'Agence

Le sondage, en plus d'évaluer une série d'énoncés axés sur la confiance, demandait aux Canadiens de donner une cote à l'Agence 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 » :

- Un peu moins de la moitié des répondants de la population générale avaient un niveau élevé d'accord (cotes de 8 à 10) sur le fait que l'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus (47 %), tandis que moins d'entre eux conviennent que l'Agence est généralement serviable (41 %).
- Près des deux tiers des PME interrogées étaient fortement d'accord pour dire que l'Agence traite les déclarations de revenus de leur entreprise en temps opportun (65 %) et que les renseignements arrivent à temps pour leur entreprise (62 %). Plus de la moitié des répondants estiment que l'Agence fournit suffisamment de renseignements pour respecter leurs obligations fiscales d'entreprise (56 %) et facilite le processus de production de déclarations de revenus d'entreprise (56 %). Un peu moins de répondants

sont d'accord pour dire que l'Agence est serviable de manière générale (51 %) et qu'elle travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt (49 %).

- Près de la moitié des répondants de la technologie de l'information avaient un niveau élevé d'accord que l'Agence traite les déclarations de revenus de leurs clients en temps opportun (48 %). Plus de deux répondants sur cinq ont convenu qu'ils ont reçu suffisamment de renseignements pour respecter les obligations fiscales des clients (42 %) et que les renseignements sont arrivés à temps pour les clients (44 %), tandis qu'une proportion semblable estime que l'Agence est serviable (43 %), facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises (42 %), et travaille fort pour aider les Canadiens avec les questions fiscales (41 %).

Incidence de la hausse du coût de la vie

En utilisant la même échelle de 1 à 10, 1 étant « tout à fait en désaccord » et 10 étant « tout à fait d'accord », on a demandé aux Canadiens de fournir leur niveau d'accord pour déterminer si l'augmentation du coût de la vie avait une incidence négative sur les finances de leur ménage.

La plupart des Canadiens interrogés étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) que les finances de leur ménage étaient touchées de façon négative (70 %), tandis que plus d'un cinquième des répondants (22 %) ont fourni une cote neutre (cotes de 4 à 7), pour une cote moyenne de 8,1. En revanche, très peu (7 %) ont indiqué que les finances de leur ménage n'ont pas été touchées par la hausse du coût de la vie.

Accès à l'information et protection des renseignements personnels

En utilisant la même échelle de 1 à 10, 1 étant « tout à fait en désaccord » et 10 étant « tout à fait d'accord », on a demandé aux Canadiens d'indiquer leur niveau de confiance à l'égard de l'Agence pour traiter leurs renseignements respectifs de façon appropriée :

- Près de trois répondants de la population générale sur cinq étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire qu'ils faisaient confiance à l'Agence pour l'accès à leurs renseignements personnels (59 %), tandis que près d'un tiers des répondants (30 %) ont fourni une cote neutre (cotes de 4 à 7), pour une cote moyenne de 7,4.
- Plus de trois PME canadiennes sur cinq ont donné une cote de 8 ou plus à l'Agence lorsqu'il s'agit de faire confiance à celle-ci pour l'accès à leurs renseignements d'entreprise (62 %), tandis que plus d'un quart des répondants ont fourni une cote neutre (27 %), ce qui a donné lieu à une cote moyenne de 7,5.
- Les opinions étaient partagées entre les répondants de la technologie de l'information, où 46 % avaient un niveau élevé d'accord en ce qui concerne la confiance de l'Agence

quant à l'accès aux renseignements de leurs clients opérationnels (46 %), comparativement à 44 % qui ont fourni une cote neutre, ce qui a donné lieu à une cote moyenne de 7,0.

Égalité et équité

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 l'égalité et l'équité. 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 de la population générale (73 %) étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) que les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à des pénalités égales, peu importe qui elles sont. Moins d'entre eux ont convenu que l'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (63 %), ou que l'Agence traite les contribuables de façon équitable (38 %) ou fournit un traitement égal à tous (38 %, respectivement).
- Plus des trois quarts des PME interrogées avaient un niveau élevé d'accord selon lequel les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à des pénalités égales (77 %), tandis qu'environ trois répondants sur cinq étaient d'accord pour dire que l'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (60 %). Moins de la moitié des répondants ont convenu que l'Agence traite les contribuables de façon équitable (49 %) ou traite tout le monde de la même façon (49 %).
- Près des deux tiers des répondants (65 %) avaient un niveau élevé d'accord selon lequel les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à des pénalités égales, tandis que près de la moitié des répondants étaient d'accord pour dire que l'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (49 %). Environ deux répondants sur cinq ont convenu que l'Agence traite les contribuables de façon équitable ou qu'elle offre un traitement égal à tous (40 %, respectivement).

Ouverture et transparence

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 l'ouverture et la transparence. 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 répondants (55 %) étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) que l'Agence est responsable des renseignements écrits qu'elle fournit, tandis que près de la moitié des répondants étaient d'accord pour dire que l'Agence appuie l'accessibilité des

produits du gouvernement et du service à la clientèle à tous (49 %). La proportion de répondants qui sont d'accord pour dire que l'Agence est transparente quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt était beaucoup plus faible en comparaison, avec seulement 21 % qui ont accordé une cote de 8 à 10.

- Près de trois PME interrogées sur cinq étaient fortement d'accord que l'Agence est responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (58 %), et que l'Agence appuie l'accessibilité des produits du gouvernement et du service à la clientèle à tous (56 %). Près de la moitié des répondants (47 %) ont convenu que l'Agence est transparente quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt.
- Près de la moitié des intermédiaires fiscaux interrogés déclarent un niveau élevé d'accord en ce qui concerne le fait que l'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (48 %) et rend les produits du gouvernement et le service à la clientèle accessibles à tous (48 %). Le tiers des répondants (34 %) ont convenu que l'Agence est transparente quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt.

Déclarations de revenus

Près de neuf répondants de la population générale sur dix (89 %) 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 (68 %) ont indiqué avoir reçu de l'aide pour préparer leur déclaration de revenus, y compris 81 % de ce sous-ensemble qui ont eu recours à un préparateur de déclarations de revenus ou à un comptable, et 18 % se sont tournés vers des amis ou des proches pour obtenir de l'aide. La plupart des déclarants (81 %) 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. Plus de deux répondants sur cinq (42 %) utilisaient exclusivement des services externes, tandis que 31 % s'appuyaient exclusivement sur des ressources internes. Les 25 % restants ont utilisé une combinaison des deux.

En ce qui concerne la planification fiscale plus précisément, 34 % ont dit utiliser des ressources internes exclusivement, 33 % ont dit utiliser des services externes exclusivement et 29 % 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 (70 %) ont attribué un niveau de satisfaction élevé (cotes

de 8 à 10), tandis que 25 % ont attribué une cote moyenne (cotes de 4 à 7), pour une cote de satisfaction globale moyenne de 7,9.

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 moitié des intermédiaires fiscaux (50 %) ont attribué une cote de satisfaction élevée, tandis que 41 % ont attribué une cote moyenne, pour une cote de satisfaction globale moyenne de 7,1.

Interaction avec l'Agence

Interaction au cours des 12 derniers mois

On a demandé aux Canadiens s'ils avaient interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois – il pourrait s'agir de toute interaction avec l'Agence qui a eu lieu en ligne, par téléphone ou par la poste pour une raison quelconque. Parmi les groupes démographiques, certaines différences intéressantes sont ressorties :

- Plus de deux répondants de la population générale sur cinq (42 %) avaient interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois, tandis que 57 % n'avaient pas interagi avec l'Agence.
- Près de trois entreprises sur cinq (57 %) avaient eu une certaine forme d'interaction avec l'Agence, tandis que 38 % n'avaient eu aucun contact avec l'Agence au cours des 12 derniers mois.
- Plus de trois intermédiaires fiscaux sur cinq (62 %) ont interagi avec l'Agence, tandis que 31 % n'ont déclaré aucune forme d'interaction au cours de la dernière année.

On a demandé aux personnes qui avaient interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois comment elles avaient interagi le plus récemment avec l'Agence :

- Plus de deux répondants de la population générale sur cinq ont interagi avec l'Agence par téléphone (42 %), 27 % par l'intermédiaire du portail Mon dossier et 17 % ont interagi par la poste. Un répondant sur dix a indiqué que son interaction la plus récente avec l'Agence a eu lieu au moyen des pages sur l'impôt du site Web Canada.ca.
- Près du tiers des PME interrogées ont communiqué avec l'Agence par téléphone (32 %), 23 % ont interagi par l'intermédiaire du portail Mon dossier d'entreprise et 21 % ont communiqué avec l'Agence par la poste.
- Près de la moitié des intermédiaires fiscaux (48 %) ont indiqué utiliser le téléphone, 22 % ont interagi par l'intermédiaire des pages du site Web Canada.ca et 16 % par l'intermédiaire du portail Représenter un client.

Objectif de l'interaction

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

- Parmi les répondants de la population générale qui ont interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois, l'impôt sur le revenu des particuliers (p. ex., production de déclarations de revenus, obtention d'un remboursement, versement d'un paiement, soumission de documents demandés par l'Agence, etc.) s'est démarqué comme étant la raison de le faire la plus souvent citée (40 %). L'obtention de renseignements généraux en dehors de la production de déclarations de revenus (18 %), de renseignements liés à d'autres prestations (16 %) ou de leur service Mon dossier (15 %) constituait un volet secondaire, avec au moins un répondant sur dix indiquant qu'il avait interagi avec l'Agence pour ces raisons. Environ un répondant sur dix demandait des précisions concernant les renseignements envoyés par l'Agence (11 %), ou tentait de régler une vérification, un différend ou un examen auprès de l'Agence (8 %).
- Les résultats parmi les entreprises canadiennes étaient mitigés, avec plus d'un tiers des répondants citant des renseignements liés à leur service Mon dossier d'entreprise (37 %), à la TPS/TVH (36 %) ou à l'impôt des entreprises (36 %) comme but de leur interaction. Un sur quatre ont indiqué avoir demandé des renseignements généraux non liés à la production de déclarations de revenus des entreprises (27 %) ou des précisions sur les renseignements envoyés par l'Agence (25 %) comme raisons de leur interaction la plus récente.
- Parmi les intermédiaires fiscaux, un peu plus d'un quart ont indiqué que leur interaction la plus récente avec l'Agence concernait l'impôt personnel de leur client (29 %) ou l'impôt des entreprises (27 %). Presque autant de personnes ont communiqué avec l'Agence au sujet de leur compte Représenter un client (24 %), pour obtenir des renseignements généraux (23 %) ou des précisions sur les renseignements envoyés par l'Agence (21 %). Près d'un cinquième des répondants de la technologie de l'information ont tenté de régler une vérification, un différend ou un examen avec l'Agence (16 %).
 - Les intermédiaires fiscaux représentaient le plus souvent un particulier (52 %), suivi de près par une entreprise (40 %), tandis que moins représentaient une succession ou une fiducie (4 %).

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 ».

- Environ les trois quarts des répondants de la population générale ont exprimé un niveau élevé d'accord (cotes de 8 à 10) sur le fait que le représentant de l'Agence était professionnel (75 %) ou courtois (74 %), et que les renseignements qu'ils ont reçus étaient exacts (73 %). Environ les deux tiers ont convenu que les renseignements fournis étaient complets (68 %) et que le représentant a pris le temps de comprendre leur situation (67 %). L'accord était légèrement inférieur en ce qui concerne la facilité de compréhension des renseignements fournis (60 %), la rapidité du service (57 %) et la facilité d'accès (54 %).
- Environ les trois quarts des PME étaient fortement d'accord pour dire que le représentant de l'Agence avec qui ils ont fait affaire était courtois (78 %) et professionnel (75 %) – mais pas tout à fait autant d'entre elles estimaient que le représentant avait pris le temps de comprendre leur situation (69 %). Environ sept répondants sur dix estimaient que les renseignements qu'ils avaient reçus étaient complets (73 %), exacts (70 %) et faciles à comprendre (69 %), tandis que les deux tiers étaient d'avis que le service de l'Agence était en temps opportun (66 %) et facile à accéder (66 %).
- Environ trois intermédiaires fiscaux sur cinq sont fortement d'accord pour dire que le représentant de l'Agence était poli (61 %) et professionnel (59 %). Une majorité a convenu que les renseignements fournis étaient exacts (58 %), faciles à comprendre (56 %) et complets (54 %) et que le représentant a pris le temps de comprendre la situation (49 %). Près de la moitié des répondants sont aussi d'accord pour dire qu'il était facile d'accéder au service de l'Agence (48 %) et que celui-ci était offert en temps opportun (47 %).

Le calcul de l'indice de satisfaction à l'égard du service a été élaboré afin de produire une cote globale pour évaluer l'expérience des clients avec les services de l'Agence. Les questions qui composent l'indice de satisfaction à l'égard du service ont été posées à ceux qui ont interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois. L'indice est calculé comme il est indiqué ci-dessous :

Indice de satisfaction à l'égard du service = SOMME DE (« 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

- Près de trois adultes canadiens sur cinq (57 %) ont attribué des cotes élevées concernant l'indice de satisfaction à l'égard du service (cotes de 8 à 10), tandis que 37 % avaient des cotes modérées (cotes de 4 à 7), ce qui a donné une cote moyenne de 7,8.
- Les deux tiers des PME (66 %) avaient un indice de satisfaction à l'égard du service allant de 8 à 10, tandis qu'un quart se situait dans la fourchette des cotes moyennes (27 %), ce qui a donné une cote moyenne de 7,6.
- Plus de deux intermédiaires fiscaux sur cinq (43 %) ont attribué des cotes élevées concernant l'indice de satisfaction à l'égard du service, tandis que 46 % ont attribué des cotes moyennes, ce qui a donné une cote moyenne de 6,6.
- La cote globale de l'indice de satisfaction (c'est-à-dire la cote moyenne des trois groupes de clients) est de 7,3.

La plupart des PME (77 %) et la plupart des intermédiaires fiscaux (80 %) 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.

En comparant le service à la clientèle de l'Agence à celui des institutions financières, 42 % des PME et 53 % des intermédiaires fiscaux ont donné une cote à peu près identique. Par ailleurs, les PME étaient tout aussi susceptibles de percevoir le service de l'Agence plus favorablement (41 % estimaient que l'Agence offrait un meilleur service), même si seulement 26 % des intermédiaires fiscaux étaient du même avis.

Exécution des 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, « extrêmement confiant ». Plus de deux PME sur cinq (44 %) ont indiqué un niveau élevé de confiance (cotes de 8 à 10), tandis que 26 % ont indiqué un niveau modéré de confiance (cotes de 4 à 7) pour une cote de confiance moyenne de 6,2.

Préférences de contact lors des interactions avec l'Agence

On a demandé aux PME et aux intermédiaires fiscaux 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 de Canada.ca (34 % chez les PME et 38 % chez les intermédiaires fiscaux) et à

communiquer avec l'Agence par téléphone (18 % chez les PME et 20 % chez les intermédiaires fiscaux).

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 : 38 % chez les PME et 40 % chez les intermédiaires fiscaux. La fonction de clavardage en ligne était loin derrière parmi les PME (13 %), tandis que les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca se classaient au deuxième rang parmi les intermédiaires fiscaux (16 %).

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 (34 % chez les PME et 44 % 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 »).

- Plus de la moitié des PME (52 %) étaient assez confiantes (cotes de 8 à 10), tandis que moins d'un tiers (31 %) étaient modérément confiantes (cotes de 4 à 7), ce qui donne une cote de confiance moyenne de 7,0.
- Parmi les intermédiaires fiscaux, les répondants étaient tout aussi susceptibles d'être assez confiants (43 %, classés de 8 à 10) qu'ils étaient modérément confiants (43 %, classés de 4 à 7), ce qui donne une cote de confiance moyenne de 6,6.

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 de la moitié des PME (51 %) étaient assez confiantes (cotes de 8 à 10), tandis qu'un tiers (35 %) étaient modérément confiantes (cotes de 4 à 7), ce qui donne une cote de confiance moyenne de 7,0.
- Environ deux intermédiaires fiscaux sur 5 (40 %) étaient assez confiants, tandis que 46 % étaient modérément confiants, ce qui a donné une cote de confiance moyenne de 6,6.

Exécution des 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 » :

- Près de quatre répondants de la population générale sur cinq (79 %) 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. Moins de la moitié (45 %) sont d'accord pour dire qu'ils savent comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels ils ont droit.
- Parmi les segments des PME, 76 % étaient fortement d'accord pour dire que lorsqu'elles communiquaient avec l'Agence par téléphone, elles étaient en mesure d'être servies dans la langue officielle de leur choix. Environ la moitié des répondants ont convenu que l'Agence offre des services en ligne qui répondent à leurs besoins (55 %) et qu'ils savent comment accéder aux prestations et aux crédits fiscaux auxquels leur entreprise a droit (51 %). Une proportion semblable d'entreprises ont déclaré se sentir bien informées des services que l'Agence a à offrir (49 %).
- Les deux tiers des intermédiaires fiscaux (67 %) étaient tout à fait d'accord que lorsqu'ils communiquaient avec l'Agence par téléphone, ils étaient en mesure d'obtenir des services dans la langue officielle de leur choix. La moitié des répondants (50 %) ont convenu qu'ils savaient comment accéder aux prestations et aux crédits fiscaux auxquels leurs clients ont droit, tandis que 43 % estimaient qu'ils étaient bien informés au sujet des services que l'Agence a à offrir. Un autre 47 % sentent que l'Agence offre des services en ligne qui répondent à leurs besoins.

Inscription aux services en ligne

Plus des deux tiers des Canadiens sondés (68 %) ont indiqué qu'ils sont inscrits au service Mon dossier de l'Agence. Parmi les entreprises, 62 % ont déclaré être inscrites au service Mon dossier d'entreprise de l'Agence, 29 % ne l'étaient pas et 9 % ont indiqué qu'elles n'étaient pas certaines ou avaient refusé de répondre. Parmi les intermédiaires fiscaux, 55 % étaient inscrits au service en ligne 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. En ce qui concerne plus d'une personne sur dix, le besoin de clarifications liées aux renseignements reçus de l'Agence était ce qui les a incités à opter pour une conversation téléphonique (14 %). Environ un cinquième des PME (20 %) ont mentionné la commodité de communiquer avec l'Agence par téléphone, tandis que 14 % ont fait référence à

diverses préoccupations liées à la sécurité ou de confidentialité en lien avec l'utilisation du portail en ligne.

Une question semblable a été posée aux utilisateurs du portail Représenter un client. Le tiers de ces intermédiaires fiscaux (32 %) ont mentionné qu'ils devaient accéder à des renseignements précis, tandis que 18 % ont précisément indiqué la nécessité d'obtenir des précisions sur les renseignements reçus de l'Agence. La commodité a été citée par un quart (27 %) des intermédiaires fiscaux pour avoir communiqué avec l'Agence par téléphone.

Processus liés à l'impôt des entreprises

En examinant qui traite la correspondance de l'Agence, un peu plus de la moitié des PME (56 %) ont déclaré être responsables de la lecture et du traitement des lettres reçues de l'Agence, tandis que moins (36 %) lisent personnellement la lettre et la remettent à leur comptable ou à leur secteur des finances pour qu'il l'a traite. Parmi les répondants qui fourniraient la lettre à leur comptable, 40 % avaient des employés dédiés pour traiter avec l'Agence en leur nom.

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

Des proportions importantes parmi les segments des PME (71 %) et des intermédiaires fiscaux (84 %) 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 légère majorité des PME utilisatrices du site Web (55 %) étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que le site Web fournissait les renseignements nécessaires, 49 % étaient d'accord que les renseignements fournis étaient faciles à comprendre et 46 % étaient d'accord que les renseignements étaient faciles à trouver.
- Plus de la moitié des intermédiaires fiscaux utilisateurs du site Web (53 %) étaient tout à fait d'accord pour dire que le site Web fournissait les renseignements nécessaires. Un peu moins d'entre eux conviennent que les renseignements fournis étaient faciles à comprendre (49 %) et à trouver (44 %).

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 de mesures liées 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 » :

- Près de la moitié des PME (49 %) 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. Deux autres PME sur cinq étaient d'accord pour dire que l'Agence prenait en considération leurs besoins lorsqu'elle élaborait des produits et des services (42 %), et que les nouveaux produits et services répondaient aux impératifs liés aux affaires (42 %).

- Environ deux intermédiaires fiscaux sur cinq ont exprimé un niveau élevé d'accord selon lequel l'Agence tient compte de leurs besoins lors de l'élaboration de produits et de services (40 %), et que moins de temps a été consacré à la recherche de renseignements nécessaires pour respecter les obligations fiscales des entreprises au cours de la dernière année (39 %), et que ces nouveaux produits et services répondaient aux impératifs liés aux affaires (38 %).

On a ensuite demandé aux entreprises et 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 » :

- Environ deux PME sur cinq (40 %) ont exprimé un niveau de fardeau élevé (cotes de 8 à 10), et un peu moins d'entre elles ont fourni des cotes neutres entre 4 et 7 (37 %), ce qui donne une cote de fardeau moyenne de 6,2.
- Les intermédiaires fiscaux n'étaient pas aussi susceptibles d'évaluer le fait que le respect de leurs obligations fiscales était contraignant, avec le quart (26 %) ayant fourni une cote de fardeau élevée, tandis que 48 % ont fourni une cote de 4 à 7, ce qui donne une cote de fardeau moyenne de 5,6.

Attitudes à l'égard de l'observation fiscale

L'équité

On a demandé à tous les participants de l'étude de préciser si l'impôt qu'ils payent est représentatif des services qu'ils ont reçus du gouvernement canadien :

- Le tiers des répondants de la population générale (33 %) estimaient avoir payé beaucoup trop d'impôt par rapport aux services reçus, 23 % estimaient avoir payé un peu trop d'impôt et 35 % estimaient avoir payé juste assez d'impôt. Très peu d'entre eux (5 %) estimaient avoir payé trop peu.
- Moins du tiers des PME estimaient que les montants qu'elles payaient en impôts étaient beaucoup trop élevés (28 %) ou un peu trop élevés (29 %). En revanche, 28 % estimaient que les montants qu'elles payaient en impôts étaient justes et 9 % jugeaient qu'ils n'étaient pas suffisamment élevés.
- Plus d'un intermédiaire fiscal sur dix estimait que les montants que les entreprises canadiennes payaient en impôts étaient beaucoup trop élevés (14 %), tandis que 30 %

estimaient qu'ils étaient un peu trop élevés. Parmi les autres, 33 % estimaient que les montants qu'elles payaient en impôts étaient justes et 17 % jugeaient qu'ils n'étaient pas suffisamment élevés.

Attraper les fraudeurs fiscaux

Les perceptions suivantes concernent la fraude fiscale ont été explorées :

- Près de la moitié des PME interrogées (49 %) estimaient que la fraude fiscale des entreprises était assez courante (cotes de 8 à 10), tandis que 34 % estimaient qu'elle était modérément fréquente (cotes de 4 à 7), ce qui donne une cote de probabilité moyenne de 7,3.
- Plus d'un tiers des intermédiaires fiscaux interrogés (34 %) étaient d'avis que la fraude fiscale des entreprises était assez courante, tandis que 46 % estimaient qu'elle était modérément courante, ce qui donne une cote de probabilité moyenne de 6,5.

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 :

- Parmi les PME, 39 % estimaient que l'Agence a déployé les efforts nécessaires pour réduire la fraude fiscale. En revanche, 26 % des répondants estimaient plutôt que l'Agence a déployé trop peu d'efforts par rapport à plus d'un répondant sur dix (15 %) qui estime que l'Agence a déployé trop d'efforts. Un cinquième des répondants (20 %) n'étaient pas certains ou ont refusé de répondre.
- Parmi les intermédiaires fiscaux, près de la moitié (47 %) étaient d'avis que l'Agence avait déployé les efforts nécessaires pour réduire la fraude fiscale. Comme c'était le cas pour les PME, plus d'un quart étaient plutôt d'avis que l'Agence en faisait trop peu (29 %) et 11 % estimaient que l'Agence avait déployé trop d'efforts. Un autre 14 % des répondants n'étaient pas certains ou ont refusé de répondre.

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 ».

- Un adulte canadien sur quatre (25 %) estimait qu'il était très probable (cotes de 8 à 10) que l'Agence attrape des fraudeurs fiscaux, tandis que la moitié d'entre eux (50 %) a fourni une cote modérée (cotes de 4 à 7), ce qui donne une cote de probabilité moyenne de 5,8.

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 ».

- La moitié des PME interrogées (50 %) ont fourni une cote de probabilité élevée (cotes de 8 à 10), tandis que le tiers (33 %) ont fourni une cote modérée (cotes de 4 à 7), ce qui donne une cote de probabilité moyenne de 7,3.
- Moins d'intermédiaires fiscaux (35 %) estimaient que l'Agence serait très susceptible d'attraper des fraudeurs fiscaux des entreprises, tandis que 45 % ont fourni une cote modérée, ce qui donne une cote de probabilité moyenne de 6,3.

On a demandé aux entreprises canadiennes et aux intermédiaires fiscaux d'évaluer la probabilité qu'elles dénoncent une entreprise qui pourrait pratiquer 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, 47 % des PME ont répondu qu'elles seraient 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 58 %.
- Devant une situation où ils soupçonnent qu'une entreprise pratique la fraude fiscale, 31 % des intermédiaires fiscaux sont susceptibles de la dénoncer. Lorsque les répondants étaient certains que l'entreprise pratiquait la fraude fiscale, cela passait à 46 %.

Pour mieux comprendre les perceptions liées aux fraudeurs fiscaux qui se font prendre, on a demandé aux répondants dans quelle mesure ils étaient d'accord avec deux énoncés précis en utilisant une échelle de 1 à 10, 1 étant « tout à fait en désaccord » et 10 étant « tout à fait d'accord » :

- Près d'un tiers des répondants de la population générale étaient tout à fait d'accord (cotes de 1 à 10) que l'Agence ne serait jamais au courant d'un revenu reçu en espèces qui n'est pas déclaré (32 %), tandis que 27 % ont convenu que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale.
- Près de la moitié des entreprises étaient fortement d'accord pour dire que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale (46 %). Une proportion semblable croit que 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 (46 %).
- Environ deux intermédiaires fiscaux sur cinq (40 %) sont tout à fait d'accord pour dire que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale. Cela dit, une proportion semblable croit que 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 (35 %).

Perceptions de la fraude fiscale

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 ».

- Près des deux tiers des répondants de la population générale (63 %) ont exprimé un niveau élevé d'accord (cotes de 8 à 10) selon lequel la fraude fiscale réduit les fonds disponibles pour les services essentiels. Plus d'un tiers étaient fortement d'accord pour dire que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (34 %) et que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales (33 %).
- Environ les trois quarts des entreprises (72 %) sont tout à fait d'accord pour dire que la fraude fiscale des entreprises réduit l'argent disponible pour les services essentiels. Presque le même nombre (67 %) sont tout à fait d'accord que les entreprises qui ne paient pas d'impôt sur tous les revenus ou qui ne perçoivent pas la TPS ou la TVH ont un avantage injuste par rapport aux entreprises qui le font. Un peu moins (62 %) ont convenu qu'il est acceptable que l'Agence utilise des renseignements accessibles au public (comme les médias sociaux) pour attraper les entreprises qui commettent des fraudes fiscales, tandis que 59 % ont convenu que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales devant les tribunaux.

Le fort accord baisse un peu à 52 % lorsqu'il s'agit de croire que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale. Près d'un tiers des répondants (32 %) sont tout à fait d'accord qu'il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant – alors que 19 % ont attribué des cotes neutres et 46% sont tout à fait en désaccord.

- La majorité des intermédiaires fiscaux étaient fortement d'accord avec la moitié des énoncés présentés. Plus précisément, 58 % étaient tout à fait d'accord que les entreprises qui fraudent leur impôt sur le revenu réduisent l'argent disponible pour les services essentiels, et 53 % étaient fortement d'accord que les entreprises qui ne paient pas d'impôt sur tous les revenus ou qui ne perçoivent pas la TPS ou la TVH ont un avantage injuste par rapport à celles qui le font et 52 % des répondants étaient tout à fait d'accord avec le fait qu'il est acceptable que l'Agence utilise des renseignements accessibles au public pour attraper les entreprises faisant de la fraude fiscale.

Environ deux intermédiaires fiscaux sur cinq étaient fortement d'accord pour dire que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales (43 %) et que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (40 %). Les intermédiaires fiscaux étaient les moins susceptibles d'être d'accord pour dire qu'il est acceptable pour les entreprises de ne pas déclarer les revenus reçus en espèces (20 %) – près de la moitié étaient entièrement en désaccord avec ce type d'activité (49 %).

Il y avait un intérêt particulier à évaluer la façon dont les répondants perçoivent le traitement des personnes riches par l'Agence (sans préciser ou définir les « riches »). Pour ce faire, on a demandé aux répondants dans quelle mesure ils étaient d'accord avec deux énoncés en utilisant une échelle de 1 à 10, 1 étant « tout à fait en désaccord » et 10 étant « tout à fait d'accord » :

- Les résultats révèlent que 63 % des répondants de la population générale sont tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que les gens riches ont plus de facilité à commettre une fraude fiscale que les Canadiens de la classe moyenne, et près de la moitié (49 %) sont tout à fait d'accord que l'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais qu'elle ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés.

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 (70 %) étaient d'avis que le fait de ne pas réclamer des biens ou des revenus étrangers représentait un grave cas de fraude fiscale. Environ les deux tiers des répondants étaient d'avis que les éléments suivants étaient des cas de fraude fiscale graves : recevoir un crédit pour don de bienfaisance qui était plus élevé que le don (68 %), ne pas enregistrer son entreprise (67 %), et faire de la fraude fiscale grave, et réaliser un profit grâce à l'achat ou à la vente de cryptomonnaie sans le déclarer (61 %).

Près de trois Canadiens sur cinq estimaient 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 %), 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 (55 %) représentaient de graves cas de fraude fiscale. Beaucoup moins de répondants (36 %) estimaient que l'obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant représente un grave cas de fraude fiscale.

- Une grande majorité des PME interrogées (83 %) étaient 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 ont considéré les énoncés suivants comme de graves cas de fraude : payer des employés en argent comptant pour éviter les impôts sur la paie (77 %), ne pas demander des biens ou des revenus étrangers (77 %), sous-déclarer un revenu en espèces (75 %), recevoir un crédit pour dons de bienfaisance qui était plus élevé que le don (74 %) et les dépenses déclarées en trop (73 %).

De plus, environ les deux tiers des PME considéraient que les activités suivantes constituent de graves cas de fraude : ne pas réclamer de l'argent provenant de la location de chambres ou de maisons à l'aide de sites Web en ligne (70 %), ne pas enregistrer son entreprise (69 %) et réaliser un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans le déclarer (68 %). Un peu plus de la moitié (55 %) était d'avis que le fait de ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les médias sociaux était un grave cas de fraude fiscale.

- Parmi les intermédiaires fiscaux, les plus grandes infractions fiscales perçues comprenaient la production de fausses déclarations pour les programmes de prestations fiscales (65 %) et la non-réclamation de biens ou de revenus étrangers (62 %). Un peu plus de la moitié des répondants considéraient que les activités suivantes constituaient de graves cas de fraude fiscale : sous-déclaration du revenu en espèces (57 %), non-inscription de son entreprise (56 %), demande de remboursement de dépenses en trop (56 %), paiement en espèces pour éviter l'impôt sur le revenu (55 %) et ne pas demander de l'argent pour la location de chambres ou de maisons à l'aide de sites Web en ligne (51 %).

De plus, près de la moitié (48 %) étaient 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. Une proportion semblable (47 %) était du même avis par rapport au fait de réaliser un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans le déclarer. Beaucoup moins d'entre eux, bien qu'ils soient encore une proportion remarquable, estimaient que le fait d'obtenir un « accord » sur les réparations de la maison ou de la voiture en payant de l'argent comptant (39 %) et de ne pas réclamer les cadeaux reçus

par les influenceurs sur les médias sociaux (38 %) était des formes graves 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 de 43 % des PME estimaient que cela représentait un grave cas de fraude fiscale (cotes de 8 à 10), tandis que 21 % 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 cinquième (23 %) des répondants estimaient qu'il s'agissait d'un grave cas de fraude fiscale, tandis que 30 % ont encore une fois attribué une cote de 5 ou moins.

- Plus du quart des intermédiaires fiscaux (28 %) estimaient que le fait d'éviter de payer 1 000 \$ en impôt représente une fraude fiscale grave, tandis que 40 % ont attribué des cotes 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 \$. Compte tenu de ce scénario, 13 % des répondants ont estimé qu'il s'agissait d'un grave cas de fraude fiscale, tandis que 49 % 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 6 %, était un grave cas de fraude fiscale.

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 qu'un autre 70 % ont estimé qu'il était important que l'Agence recouvre les impôts impayés lorsque des personnes travaillent au noir pour de l'argent comptant.

- Pas tout à fait autant d'intermédiaires fiscaux, environ la moitié, estimaient qu'il est important que l'Agence recouvre les impôts impayés lorsque les gens ne déclarent pas de revenus ou de biens étrangers imposables (54 %) et lorsque les gens travaillent au noir pour de l'argent comptant (54 %).

Attestation de neutralité politique

Par la présente, j'atteste, à titre d'agent principal de Quorus Consulting Group Inc., que les produits livrables respectent entièrement les exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la [Politique sur les communications et l'image de marque fédérale](#) et la [Directive sur la gestion des communications – Annexe C](#).

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.

Signé,

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

Le 24 avril 2023
Rick Nadeau, Président
Quorus Consulting Group Inc.

Résultats détaillés

But et objectifs de l'étude

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 REA 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 REA 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 2023, 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;
- Démographie.

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 :

- Comprendre les perceptions et les attitudes de la population, permettant à l'Agence de déterminer des publics cibles en vue de mesures et de communications précises.
- Avoir des constatations sur les données afin de compléter les exercices de planification stratégique de l'Agence et l'analyse interne des tendances de l'opinion du public.
- Utiliser les constatations 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 employés². 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, président-directeur général ou propriétaire;
 - Administrateur supérieur des affaires financières/contrôleur;
 - Comptable;
 - Gestionnaire/agent de la paie;
 - Gestionnaire
 - Commis comptable;
 - Agent financier;
- **Intermédiaires fiscaux** : Travaillant avec des PME clientes relativement à des questions liées à l'impôt ou à la paie.

²Un petit échantillon d'entreprises comptant 100 employés ou plus a été inclus (n = 30).

Remarques à l'intention du lecteur :

- Tout au long du rapport, les résultats en caractères gras dans les tableaux de données de la population générale indiquent une différence significative sur le plan statistique. Les résultats en caractères gras dans les tableaux de données des entreprises et des intermédiaires fiscaux suggèrent des différences notables, mais ne peuvent pas être considérés comme des différences significatives sur le plan statistique, car le sondage auprès de ces segments n'a pas été mené à l'aide d'un échantillon probabiliste; dans ce cas, il s'agissait d'un panel en ligne disponible sur le marché. Une marge d'erreur ne peut pas être calculée si un échantillon probabiliste n'est pas utilisé et, par conséquent, les différences ne peuvent pas être considérées comme significatives sur le plan statistique.
- Pour la population générale, les résultats pour les sous-groupes ont une plus grande marge d'erreur d'échantillonnage que pour l'échantillon global en raison de leurs plus petites tailles d'échantillon. 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 d'abord demandé aux Canadiens d'évaluer le rendement global du gouvernement du Canada en utilisant une échelle de 1 à 10, où 1 signifiait « médiocre » et 10, « excellent ». Plus du cinquième des répondants (21 %) estimaient que le rendement global est bon (cotes de 8 à 10), tandis qu'une majorité (56 %) des répondants ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). Plus du cinquième des Canadiens (22 %) décrivaient le rendement global comme étant médiocre (cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 5,6, soit une cote neutre.

Tableau 1. Rendement global du gouvernement du Canada

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

Cote globale	Total N = 2 407	ATL N = 262	Qc N = 553	ON/ NU N = 800	MB Sask. N = 263	Alb. T.-N.- O. N = 219	C.-B. Yn N = 310	18 – 24 N = 134	25 – 34 N = 262	35 – 49 N = 537	50 – 64 N = 649	65+ N = 814
8 – 10 (bon)	21 %	23 %	23 %	21 %	22 %	14 %	24 %	28 %	20 %	19 %	16 %	26 %
4 – 7 (neutre)	56 %	50 %	62 %	57 %	43 %	51 %	52 %	61 %	57 %	57 %	55 %	52 %
1 – 3 (médiocre)	22 %	26 %	12 %	21 %	35 %	32 %	24 %	10 %	19 %	22 %	28 %	21 %
Je ne sais pas/Refus	2 %	< 1 %	3 %	1 %	1 %	3 %	1 %	1 %	4 %	2 %	1 %	1 %
Moyenne	5,6	5,4	6,1	5,6	5,0	4,8	5,5	6,3	5,7	5,5	5,1	5,7

BG-0. Pour commencer, comment évalueriez-vous le rendement global du gouvernement du Canada dans son ensemble? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes « tout à fait insatisfait » et où 10 signifie que vous êtes « tout à fait satisfait ».

Les comparaisons notables des sous-groupes en ce qui concerne les cotes de rendement moyennes du gouvernement du Canada comprenaient ce qui suit :

- La cote de rendement moyenne était particulièrement élevée au Québec (6,1) par rapport à ceux qui vivent en Ontario (5,6), en Colombie-Britannique (5,5), au Canada atlantique (5,4), au Manitoba ou en Saskatchewan (5,0) ou en Alberta (4,8).
- Les répondants âgés de 18 à 24 ans (6,3) ont attribué une cote moyenne plus élevée par rapport à ceux de 25 à 34 ans (5,7), de 35 à 49 ans (5,5), de 50 à 64 ans (5,1) et de 65 ans ou plus (5,7).

- Les femmes ont attribué une cote moyenne plus élevée que les hommes (5,8 par rapport à 5,3).
- Les Canadiens ayant fait des études universitaires (6,0) ont attribué des cotes plus élevées que ceux ayant fait des études secondaires (5,3), une école de métiers ou un collège (5,0).
- Ceux qui ne s'identifient pas comme des personnes en situation de handicap ont tendance à obtenir des résultats plus élevés que ceux qui s'identifient comme tels (5,6 par rapport à 5,2).
- Les étudiants sont plus susceptibles de donner une cote favorable au gouvernement du Canada (6,4) que ceux qui travaillent à temps plein (5,6), les Canadiens à la retraite (5,6), ceux qui étaient sans emploi (5,1) ou les travailleurs indépendants (4,6).
- Les personnes nées à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles nées au Canada (6,3 par rapport à 5,3).

On a ensuite demandé aux Canadiens d'évaluer le rendement global de l'Agence en utilisant une échelle de 1 à 10, où 1 signifiait « médiocre » et 10, « excellent ». Moins d'un répondant sur trois (30 %) estimait que le rendement de l'Agence est bon (cotes de 8 à 10), tandis que plus de la moitié (56 %) des répondants ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). Environ un Canadien sur dix (10 %) décrivait le rendement global comme étant médiocre (cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 6,3, soit une cote neutre, pour les Canadiens.

Tableau 2. Rendement global de l'Agence

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

Cote globale	Total N = 2 407	ATL N = 262	Qc N = 553	ON/ NU N = 800	MB Sask. N = 263	Alb. T.-N.- O. N = 219	C.-B. Yn N = 310	18 –	25 –	35 –	50 –	65+
								24 N = 134	34 N = 262	49 N = 537	64 N = 649	
8 – 10 (bon)	30 %	33 %	32 %	30 %	28 %	30 %	30 %	30 %	27 %	31 %	27 %	36 %
4 – 7 (neutre)	56 %	52 %	58 %	56 %	55 %	53 %	55 %	54 %	60 %	53 %	58 %	53 %
1 – 3 (médiocre)	10 %	11 %	5 %	10 %	12 %	14 %	12 %	8 %	9 %	12 %	11 %	7 %
Je ne sais pas/Refus	4 %	4 %	5 %	4 %	5 %	4 %	3 %	8 %	4 %	3 %	4 %	3 %
Moyenne	6,3	6,3	6,7	6,3	6,1	6,1	6,1	6,6	6,3	6,3	6,2	6,5

BG-1. Comment évalueriez-vous le rendement global de l'Agence? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes « tout à fait insatisfait » et où 10 signifie que vous êtes « tout à fait satisfait ».

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

- Les personnes vivant au Québec (6,7) étaient beaucoup plus susceptibles d'évaluer le rendement de l'Agence de façon positive par rapport à celles qui vivent en Ontario (6,3), en Colombie-Britannique (6,1), en Alberta (6,1), ou au Manitoba et en Saskatchewan (6,1).
- Les femmes reflètent cette tendance, avec une cote moyenne qui est beaucoup plus élevée que celle des hommes (6,5 par rapport à 6,2).
- Les Canadiens ayant fait des études universitaires ont fourni des cotes plus élevées, en moyenne, que ceux qui ont fait des études dans une école de métiers ou un collège (6,5 par rapport à 6,0).
- Les répondants qui travaillaient à temps partiel (6,7) étaient plus susceptibles de donner une cote favorable à l'Agence que ceux qui travaillaient à temps plein (6,3), ceux qui étaient sans emploi (6,1) ou ceux qui étaient des travailleurs indépendants (5,9).
- Les personnes nées à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles nées au Canada (6,8 par rapport à 6,2).
- Les personnes dans le palier de revenu inférieur (moins de 40 000 \$) ont fourni des cotes moyennes plus élevées que celles qui gagnent 150 000 \$ ou plus (6,5 par rapport à 6,1).
- Les répondants qui ont récemment communiqué avec l'Agence en ligne ont attribué des cotes plus élevées que ceux dont la communication a eu lieu par la poste (6,5 par rapport à 6,0).

On a ensuite demandé aux répondants d'expliquer pourquoi ils avaient fourni leur cote. Les cotes globales étaient principalement attribuables à un manque de problèmes liés aux interactions avec l'Agence (20 %), suivies par la réceptivité au moment d'être contacté (10 %), une aversion générale à l'égard du paiement de l'impôt (9 %), une marge d'amélioration générale (8 %) et un bon service à la clientèle (8 %).

Tableau 3. Raison de l'évaluation du rendement global

Base : (Population générale) Répondants qui ont fourni une évaluation valide (n = 2 315)

Raison de l'évaluation	Total N = 2 315	8 – 10 Bon N = 747	4 – 7 Neutre N = 1 332	1 – 3 Faible N = 236
Fait du bon travail/jamais eu de problème	20 %	40 %	12 %	1 %
Pas réactive/longs temps d'attente/difficile à joindre	10 %	4 %	12 %	16 %
Perçoit trop d'impôt/n'aime pas payer des impôts	9 %	2 %	10 %	27 %
Toujours des améliorations à apporter	8 %	5 %	11 %	3 %
Bon service à la clientèle (général)	8 %	16 %	4 %	1 %
Processus compliqué, inefficace ou lent	5 %	2 %	6 %	8 %
Mauvais service à la clientèle (général)	5 %	2 %	4 %	14 %
Facile à joindre/rapide/réactive	3 %	7 %	2 %	-
Renseignements difficiles à comprendre ou trop compliqués	3 %	1 %	4 %	5 %
Connu des problèmes (général)	3 %	1 %	3 %	9 %
Piètre qualité des services en ligne ou du site Web	3 %	2 %	3 %	5 %
Politiques ou pratiques inéquitables (général)	3 %	1 %	3 %	7 %
Fournit trop peu de prestations ou de crédits (général)	3 %	1 %	3 %	6 %
Méfiant à l'égard de l'organisation/manque de transparence	2 %	< 1 %	2 %	9 %
Fournit des paiements ou des remboursements réguliers	2 %	4 %	2 %	1 %
Facile d'accéder aux renseignements et de les comprendre	2 %	5 %	1 %	-
Services en ligne ou site Web conviviaux	2 %	4 %	1 %	-
Connu des problèmes concernant les prestations d'urgence liées à la COVID-19	1 %	< 1 %	2 %	4 %
Mauvaise résolution des problèmes	1 %	< 1 %	2 %	1 %
Difficile de trouver des renseignements	1 %	1 %	2 %	< 1 %
Fait des erreurs	1 %	< 1 %	1 %	2 %
Processus efficace de production des déclarations de revenus	1 %	3 %	1 %	< 1 %
Processus équitable/échéances faciles à respecter	1 %	2 %	1 %	-
Problèmes liés à la sécurité ou à la protection des renseignements personnels	1 %	< 1 %	1 %	1 %
Mauvais service à la clientèle au centre d'appels	< 1 %	-	< 1 %	1 %
Connu des problèmes concernant les pensions	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %
Autre	3 %	2 %	3 %	5 %
Je ne sais pas/Refus	16 %	14 %	19 %	4 %

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 (40 %), ont reçu un bon service à la clientèle (16 %) et ont mentionné la facilité à communiquer avec l'Agence (7 %).
- 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 (11 %). Ceux qui ont attribué une cote neutre étaient les plus susceptibles de ne pas fournir de raison valable pour leur évaluation (19 %).
- Les répondants qui ont attribué une cote de rendement global médiocre avaient tendance à avoir une aversion générale à l'égard du paiement de l'impôt (27 %), ont éprouvé des difficultés à communiquer avec l'Agence (16 %), ont reçu un mauvais service à la clientèle (14 %), ont éprouvé des problèmes généraux (9 %), ont une méfiance à l'égard de l'Agence (9 %) ou ont eu l'expérience d'un processus de service inefficace (8 %).

Confiance à l'égard de l'Agence

On a demandé aux répondants de décrire la mesure dans laquelle ils font confiance à l'Agence en utilisant une échelle de 1 à 7, où 1 représente un « manque de confiance total » et 7 une « confiance totale » : Près de la moitié des Canadiens (49 %) ont exprimé leur confiance à l'égard de l'Agence (cotes de 6 à 7), tandis qu'un peu moins de Canadiens (44 %) ont donné une cote neutre (cotes de 3 à 5). En revanche, seuls quelques Canadiens se méfient de l'Agence (6 %). Dans l'ensemble, les résultats ont généré une cote moyenne modérément élevée de 5,3.

Tableau 4. Confiance générale à l'égard de l'Agence

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

Cote de confiance (sur 7)	Total N = 2 407	ATL N = 262	Qc N = 553	ON/ NU N = 800	MB Sask. N = 263	Alb. T.-N.- O. N = 219	C.-B. Yn N = 310	18 – 24 N = 134	25 – 34 N = 262	35 – 49 N = 537	50 – 64 N = 649	65+ N = 814
Confiance (6-7)	49 %	49 %	58 %	47 %	43 %	44 %	45 %	46 %	45 %	46 %	48 %	58 %
Neutre (3-5)	44 %	39 %	38 %	45 %	48 %	47 %	48 %	49 %	49 %	45 %	43 %	36 %
Méfiance (1-2)	6 %	11 %	3 %	7 %	9 %	8 %	7 %	3 %	6 %	8 %	8 %	4 %
Je ne sais pas	1 %	2 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	-	1 %	1 %	1 %
Moyenne (sur 7)	5,3	5,1	5,6	5,2	5,0	5,1	5,2	5,3	5,2	5,2	5,2	5,5

B-4. Dans l'ensemble, dans quelle mesure faites-vous confiance à l'Agence du revenu du Canada? Veuillez évaluer l'Agence sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie que vous « ne lui faites pas confiance du tout » et 7 signifie que vous « lui faites entièrement confiance ».

À la suite d'une comparaison de la confiance globale envers l'Agence dans l'ensemble des sous-groupes pertinents, les tendances suivantes sont ressorties :

- Les cotes de confiance moyennes étaient les plus élevées chez les adultes vivant au Québec (5,6) par rapport à ceux qui vivent en Ontario (5,2), en Colombie-Britannique (5,2), en Alberta (5,1), au Canada atlantique (5,1), ou au Manitoba et en Saskatchewan (5,0).
- Les répondants âgés de 65 ans ou plus étaient également plus susceptibles de faire confiance à l'Agence (5,5) que les répondants âgés de 25 à 34 ans, de 35 à 49 ans et de 50 à 64 ans (5,2, respectivement).
- 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 (5,4 par rapport à 5,1).
- Ceux qui étaient à la retraite (5,5) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que ceux qui travaillaient à temps plein (5,2), à temps partiel (5,2), à ceux qui étaient sans emploi (5,1), aux étudiants (5,0) ou aux travailleurs indépendants (4,8).
- Les personnes nées à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles nées au Canada (5,6 par rapport à 5,1).

On a demandé aux Canadiens dans quelle mesure ils étaient d'accord avec une série d'énoncés liés à la confiance en fonction de leurs perceptions de l'Agence. On leur a demandé d'utiliser une échelle de 1 à 10, 1 étant « tout à fait en désaccord » et 10, « tout à fait d'accord ».

Plus de la moitié des Canadiens (54 %) étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que les employés de l'Agence étaient dignes de confiance, tandis que la moitié étaient d'accord pour dire que les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail (50 %). Plus de deux répondants sur cinq estiment que l'Agence travaille au profit de tous les Canadiens (44 %) et qu'ils font confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste (43 %).

La cote d'accord moyenne la plus élevée a été notée pour l'énoncé « J'estime que les gens de l'Agence sont dignes de confiance » (7,3), tandis que la cote moyenne la plus faible était pour savoir si l'Agence travaille au profit de tous les Canadiens et si les répondants font confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste (6,7 respectivement). Dans l'ensemble, toutes les mesures de confiance mesurées ont donné lieu à une cote d'accord moyenne qui se situait dans la fourchette neutre (entre 4 et 7).

Tableau 5. Perceptions de la fiabilité

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Je crois que les employés de l'Agence sont dignes de confiance (B-3c.)	54 %	35 %	7 %	3 %	7,3
Les employés de l'Agence sont capables d'exercer leurs fonctions convenablement (B-3d.)	50 %	38 %	8 %	5 %	7,1
L'Agence travaille dans l'intérêt de tous les Canadiens (B-3b.)	44 %	39 %	15 %	2 %	6,7
L'Agence est digne de confiance pour prendre les bonnes mesures (B-3a.)	43 %	43 %	12 %	2 %	6,7

B-3. Comment évalueriez-vous l'Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? 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 ».

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 mesures suivantes :

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

Lors de l'évaluation des cotes globales de l'indice de confiance, 37 % ont une cote élevée de l'indice de confiance (cotes de 8 à 10), tandis que 52 % ont une cote neutre de l'indice de confiance (cotes de 4 à 7). Environ 1 répondant sur 10 (10 %) ont une cote faible de l'indice de confiance (cotes de 1 à 3). Le calcul de l'indice de confiance a donné lieu à une cote moyenne de 6,9.

Tableau 6. Calculs de l'indice de confiance

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

Cote de l'indice de confiance	Total N = 2 407	ATL N = 262	Qc N = 553	ON/ NU N = 800	MB Sask. N = 263	Alb.	C.-B.	18 –	25 –	35 –	50 –	65+
						T.-N.- O. N = 219	Yn N = 310	24 N = 134	34 N = 262	49 N = 537	64 N = 649	
8-10	37 %	38 %	44 %	37 %	34 %	34 %	32 %	49 %	36 %	38 %	33 %	38 %
4-<8	52 %	49 %	51 %	51 %	52 %	52 %	56 %	46 %	55 %	50 %	53 %	52 %
1-<4	10 %	13 %	5 %	12 %	14 %	13 %	11 %	5 %	9 %	12 %	13 %	9 %
Je ne sais pas	< 1 %	-	< 1 %	< 1 %	-	< 1 %	1 %	-	-	< 1 %	1 %	1 %
Moyenne	6,9	6,8	7,5	6,8	6,6	6,7	6,6	7,6	7,1	6,9	6,6	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 (7,5) avaient un indice de confiance moyen plus élevé que ceux qui vivaient en Ontario (6,8), au Canada atlantique (6,8), en Alberta (6,7), en Colombie-Britannique (6,6) ou au Manitoba et en Saskatchewan (6,6).
- Les jeunes Canadiens âgés de 18 à 24 ans (7,6) avaient une cote moyenne de l'indice de confiance qui était supérieure à celle des répondants de 25 à 34 ans (7,1), de 35 à 49 ans (6,9), de 50 à 64 ans (6,6) ou de 65 ans ou plus (6,9).
- Les femmes étaient plus susceptibles d'avoir un indice de confiance moyen plus élevé que les hommes (7,0 par rapport à 6,8).

- Les Canadiens ayant fait des études universitaires (7,1) ont attribué des cotes plus élevées que ceux ayant fait des études secondaires (6,8), une école de métiers ou un collège (6,7).
- Les étudiants (7,5), ceux qui travaillent à temps partiel (7,3), les Canadiens sans emploi (6,9), ceux qui travaillent à temps plein (6,9) ou les Canadiens à la retraite (6,9) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que ceux qui étaient des travailleurs indépendants (6,3).
- Les répondants qui sont nés à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée que ceux qui sont nés au Canada (7,5 par rapport à 6,7).
- Ceux dont le revenu du ménage était de 40 000 \$ ou moins ont attribué des cotes plus élevées en moyenne que ceux dont le revenu était de 150 000 \$ ou plus (7,1 par rapport à 6,7).
- En général, les Canadiens qui évaluaient le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,4] 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) [3,5].
- Les répondants dont la communication récente avec l'Agence a eu lieu par téléphone (7,1) ou par l'intermédiaire du portail fiscal Mon dossier (7,0) avaient tendance à fournir des cotes plus élevées que ceux dont la communication a eu lieu par la poste (6,5).

Serviabilité de l'Agence

En plus d'évaluer une série d'énoncés axés sur la confiance, le sondage visait à demander aux Canadiens leurs points de vue sur quelques 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 ».

Pas tout à fait la moitié des Canadiens ont convenu que l'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus (47 %), et 41 % était fortement en accord que l'Agence est serviable de manière générale.

Tableau 7. Perceptions de la serviabilité

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus. (B-3f)	47 %	37 %	12 %	4 %	6,9
L'Agence est serviable. (B-3h)	41 %	43 %	13 %	4 %	6,6

B-3. Comment évalueriez-vous l'Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? 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 ».

Les différences supplémentaires entre les sous-groupes comprennent les suivantes :

- Les personnes qui ont communiqué avec l'Agence par téléphone ou en ligne étaient plus susceptibles de fournir des cotes plus élevées pour chaque mesure de serviabilité que celles dont la communication a eu lieu par la poste :
 - L'Agence facilite le processus de production de ma déclaration de revenus (6,8 par téléphone, 6,9 en ligne, par rapport à 6,3 par courrier).
 - L'Agence est serviable (6,8, 6,7, par rapport à 6,0).
- Les Canadiens qui vivent au Québec ont donné une cote plus favorable à l'Agence pour chaque mesure de serviabilité par rapport à ceux des autres régions du pays :
 - L'Agence facilite le processus de production de ma déclaration de revenus (7,3 Québec par rapport à 6,6 région de l'Atlantique, 6,8 Ontario, 6,6 Manitoba/Saskatchewan, 6,7 Alberta, 6,5 Colombie-Britannique).
 - L'Agence est serviable (7,2 par rapport à 6,5, 6,4, 6,3, 6,5 et 6,3).
- Les répondants nés à l'extérieur du Canada avaient tendance à fournir des cotes plus élevées pour chaque mesure par rapport à ceux qui sont nés au Canada :
 - L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,6 par rapport à 6,6).
 - L'Agence est serviable (7,4 par rapport à 6,3).
- Les répondants âgés de 18 à 24 ans (7,6) étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence est serviable par rapport à ceux âgés de 25 à 34 ans (6,6), de 35 à 49 ans (6,5), de 50 à 64 ans (6,4) ou de 65 ans ou plus (6,6).

- Les femmes étaient plus susceptibles d’être d’accord que l’Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus par rapport aux hommes (7,0 par rapport à 6,7).
- Les personnes ayant des études universitaires étaient plus susceptibles d’être d’accord que l’Agence est serviable par rapport à celles qui ont fait des études dans une école de métiers ou un collège (6,8 par rapport à 6,4).
- Les Canadiens ayant un revenu de ménage de moins de 40 000 \$ (6,9), de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (6,7), ou de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (6,6) étaient plus susceptibles d’être d’accord que l’Agence est serviable par rapport à ceux qui gagnent un revenu de 150 000 \$ ou plus (6,1).

Incidence de la hausse du coût de la vie

En utilisant la même échelle de 1 à 10, 1 étant « tout à fait en désaccord » et 10 étant « tout à fait d’accord », on a demandé aux Canadiens si l’augmentation du coût de la vie avait une incidence négative sur les finances de leur ménage.

Près des trois quarts des Canadiens avaient un niveau élevé d’accord (cotes de 8 à 10) selon lequel les finances de leur ménage étaient touchées de façon négative (70 %). Un autre 22 % ont dit que l’incidence sur leurs finances a été modérée (cotes de 4 à 7), tandis que 7 % ont indiqué que l’incidence a été relativement faible (cotes de 1 à 3). Ces classements ont donné lieu à une cote moyenne de 8,1, ce qui représente une cote d’accord moyenne élevée.

Tableau 8. Perceptions des finances des ménages

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

L’augmentation du coût de la vie a une incidence négative sur les finances de mon ménage. (B-3o)	Total N = 2 407	< 40 000 \$ N = 579	40 000 \$ – moins de 80 000 \$ N = 623	80 000 \$ – moins de 150 000 \$ N = 591	150 000 \$ et plus N = 333
8 – 10	70 %	71 %	71 %	72 %	63 %
4 – 7	22 %	20 %	22 %	21 %	25 %
1 – 3	7 %	7 %	5 %	6 %	11 %
Je ne sais pas/Refus	2 %	1 %	2 %	1 %	1 %
Moyenne	8,1	8,2	8,3	8,2	7,6

B-3. Comment évalueriez-vous l’Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? 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 ».

Les différences notables entre les sous-groupes comprennent ce qui suit :

- Les Canadiens ayant un revenu de ménage de moins de 40 000 \$ (8,2), de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (8,3), ou de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (8,2) étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'augmentation du coût de la vie a une incidence négative sur les finances de leur ménage par rapport à ceux qui gagnent 150 000 \$ ou plus (7,6).
- Les personnes vivant en Alberta (8,8) se démarquent comme étant particulièrement susceptibles d'être d'accord que l'inflation a une incidence sur leurs finances par rapport aux Canadiens qui vivent au Québec (7,9), en Ontario (8,0), en Colombie-Britannique (8,2) et au Canada atlantique (8,3).
- Les Canadiens âgés de 18 à 24 ans (8,2), de 25 à 34 ans (8,5), de 35 à 49 ans (8,5) et de 50 à 64 ans (8,1) étaient plus susceptibles d'être d'accord que ceux âgés de 65 ans ou plus (7,5).
- Les répondants ayant fait des études dans une école de métiers ou un collège (8,3) ou une université (8,2) étaient plus susceptibles d'être d'accord que ceux ayant un diplôme d'études secondaires (7,9).
- Les Canadiens qui ont évalué le rendement global du gouvernement comme étant médiocre (cotes de 1 à 3) (8,5) étaient plus susceptibles d'être d'accord que ceux qui ont évalué le rendement comme étant neutre (cotes de 4 à 7) (8,1) ou bon (cotes de 8 – 10) (7,8).

Information et protection des renseignements personnels

En utilisant une échelle de 1 à 10, 1 étant « tout à fait en désaccord » et 10 étant « tout à fait d'accord », on a demandé aux Canadiens d'évaluer leur niveau de confiance à l'égard de l'Agence en ce qui a trait au traitement de leurs renseignements personnels de façon appropriée.

Près de trois répondants sur cinq avaient un niveau de confiance élevé (59 %, cotes de 8 à 10), tandis que 30 % ont exprimé une confiance modérée (cotes de 4 à 7). En revanche, une personne sur dix (9 %) a exprimé un faible niveau de confiance à l'égard de l'Agence qui traite les renseignements personnels de façon appropriée (cotes de 1 à 3). Ces cotes ont donné lieu à une cote d'accord moyenne de 7,4, ce qui représente une cote d'accord modérément élevée.

Tableau 9. Protection des renseignements personnels

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

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-3I)	59 %	30 %	9 %	2 %	7,4

B-3. Comment évalueriez-vous l'Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? 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 ».

Parmi les groupes démographiques, certaines différences intéressantes sont ressorties :

- Les répondants vivant au Québec (7,9) ont encore une fois donné une cote plus positive à l'Agence par rapport à ceux qui vivent en Colombie-Britannique (7,3), en Ontario (7,3), en Alberta (7,3), au Canada atlantique (7,3), ou au Manitoba ou en Saskatchewan (7,2).
- Les Canadiens âgés de 18 à 24 ans (8,0) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que ceux de 35 à 49 ans (7,4), de 50 à 64 ans (7,1) ou de 65 ans ou plus (7,5).
- Les Canadiens ayant fait des études universitaires (7,7) ont attribué des cotes plus élevées que ceux ayant fait des études secondaires (7,4), et des études dans une école de métiers ou un collège (7,1).
- Les répondants nés à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée que ceux nés au Canada (7,8 par rapport à 7,3).
- Les étudiants (7,9), les répondants qui travaillent à temps partiel (7,8), à temps plein (7,5) ou les retraités (7,4) ont fourni des cotes moyennes plus élevées que ceux qui étaient des travailleurs indépendants (6,8).
- Les Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,8] ont attribué une cote moyenne plus élevée que ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [7,3] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [4,1].

Égalité et équité

On a demandé aux Canadiens dans quelle mesure ils étaient d'accord avec une série d'énoncés liés à l'égalité et à l'équité en fonction de leurs perceptions de l'Agence. On leur a demandé d'utiliser une échelle de 1 à 10, 1 étant « tout à fait en désaccord » et 10, « tout à fait d'accord ».

Près des trois quarts des répondants (73 %) étaient tout à fait d'accord que les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à des pénalités égales, peu importe

qui elles sont. Six répondants sur dix (63 %) ont également convenu que l'Agence suppose que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude, à moins qu'il y ait une preuve du contraire, tandis que beaucoup moins d'entre eux ont convenu que l'Agence traite les contribuables de façon équitable (38 %) et que l'Agence traite tout le monde de la même façon (38 %).

Tableau 10. Perceptions de l'égalité et de l'équité

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)/échantillon fractionné, module de service (n = 1 202)/module d'observation (1 205)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à la même pénalité, peu importe qui elles sont. (F-6i)	73 %	14 %	10 %	2 %	8,2
L'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude jusqu'à preuve du contraire. (E-5a)	63 %	26 %	4 %	7 %	7,9
L'ARC traite les contribuables avec équité. (B-3i)	38 %	42 %	16 %	4 %	6,4
L'Agence traite tout le monde de la même façon. (B-3n)	38 %	37 %	17 %	8 %	6,3

B-3. Comment évalueriez-vous l'Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? 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 ». /F-6. Veuillez indiquer si vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants. 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 ». /E-5. Je vais maintenant vous lire quelques énoncés. Pour chacun des énoncés, 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 ».

Lors de la comparaison des cotes moyennes entre les sous-groupes pertinents, les éléments suivants sont ressortis :

- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) étaient plus susceptibles d'être d'accord que :
 - L'Agence suppose que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (8,8 par rapport à 7,7 de ceux qui évaluent l'Agence entre 4 et 7, et 5,6 de ceux qui évaluent l'Agence entre 1 et 3).

- L'Agence traite les contribuables de façon équitable (8,0 par rapport à 6,2 et 2,7, respectivement).
- L'Agence traite tout le monde de la même façon (7,9 par rapport à 6,1 et 3,0).
- Les Québécois étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les énoncés suivants que ceux du Canada atlantique, de l'Ontario, du Manitoba, de la Saskatchewan, de l'Alberta ou de la Colombie-Britannique :
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (7,0 par rapport à 5,9, 6,2, 6,0, 6,4 et 5,9).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (6,9 par rapport à 6,3, 6,3, 6,1, 6,4, 6,1).
- Les répondants qui sont nés à l'extérieur du Canada étaient plus susceptibles de convenir que :
 - L'Agence suppose que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (8,1 par rapport à 7,8 de ceux qui sont nés au Canada).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (7,1 par rapport à 6,0, respectivement).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (7,0 par rapport à 6,2).

Ouverture et transparence

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 l'ouverture et la transparence. 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 la moitié des répondants étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) que l'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (55 %) et que l'Agence appuie l'accessibilité des produits du gouvernement et du service à la clientèle (49 %). Plus d'un cinquième des répondants (21 %) étaient tout à fait d'accord pour dire que l'Agence est transparente quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt, tandis que autant (23 %) étaient en désaccord (cotes de 1 à 3). Dans l'ensemble, chaque mesure d'ouverture et de transparence a reçu une cote d'accord moyenne qui se situe dans la fourchette neutre.

Tableau 11. Perceptions d'ouverture et de transparence

Base : (Population générale) Échantillon fractionné, module de service (n = 1 202)/module d'observation (1 205)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit. (E-5e)	55 %	30 %	6 %	10 %	7,6
L'Agence appuie le fait de rendre les produits du gouvernement et le service à la clientèle accessibles pour tous. (E-5f)	49 %	36 %	8 %	7 %	7,2
L'Agence est transparente avec le public quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt. (F-6j)	21 %	44 %	23 %	12 %	5,4

F-6. Veuillez indiquer si vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants. 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 ». /E-5. Je vais maintenant vous lire quelques énoncés. Pour chacun des énoncés, 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 ».

Une analyse supplémentaire des sous-groupes de ces énoncés révèle ce qui suit :

- Les répondants qui sont nés à l'extérieur du Canada avaient tendance à fournir des cotes plus élevées pour les énoncés suivants que ceux qui sont nés au Canada :
 - L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (8,2 par rapport à 7,4).
 - L'Agence appuie l'accessibilité des produits et des services (7,9 par rapport à 6,9).
 - L'Agence est transparente quant à la poursuite de ceux qui pourraient devoir de l'impôt (6,2 par rapport à 5,1).
- Les Canadiens vivant au Québec étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les énoncés suivants que ceux vivant au Canada atlantique, en Ontario, au Manitoba, en Saskatchewan, en Alberta ou en Colombie-Britannique :
 - L'Agence se tient responsable des renseignements écrits (8,3 par rapport à 7,6, 7,4, 6,9, 7,2, 7,7).
 - L'Agence est transparente quant à la poursuite de ceux qui pourraient devoir de l'impôt (6,0 par rapport à 5,2, 5,2, 5,0, 5,3, 5,1).

- Les répondants dont le revenu du ménage était inférieur à 40 000 \$ (7,6) ont fourni des cotes moyennes plus élevées pour les produits du gouvernement et le service à la clientèle accessibles que ceux qui gagnent 80 000 \$ à 150 000 \$ (7,1), ou 150 000 \$ ou plus (7,0).
- Ceux qui gagnent moins de 40 000 \$ (5,9) étaient également plus susceptibles de fournir des cotes plus élevées en moyenne pour la transparence publique par rapport à ceux qui gagnent de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (5,3), de 80 000 \$ à 150 000 \$ (5,2), ou 150 000 \$ ou plus (4,9).
- Les répondants ayant fait des études universitaires ont obtenu des cotes moyennes plus élevées en matière de responsabilisation que ceux ayant fait des études secondaires (7,8 par rapport à 7,2).
- Inversement, les personnes ayant fait des études secondaires (5,9) étaient plus susceptibles de croire que l'Agence est transparente avec le public par rapport à celles qui ont fait des études à une école de métiers ou à un collège (5,3) ou des études universitaires (5,2).
- Les répondants âgés de 18 à 24 ans (6,4) étaient plus susceptibles de fournir une cote moyenne plus élevée pour la transparence avec le public que ceux âgés de 25 à 34 ans (5,4), de 35 à 49 ans (5,4), de 50 à 64 ans (4,9) ou de 65 ans ou plus (5,3).

Petites et moyennes entreprises (PME)

Perceptions générales

On a d'abord demandé aux petites et moyennes entreprises (PME) d'évaluer le rendement global du gouvernement du Canada en utilisant une échelle de 1 à 10, où 1 signifiait « médiocre » et 10, « excellent ». Plus de deux répondants sur cinq (43 %) estimaient que le rendement global est bon (cotes de 8 à 10), et une proportion semblable (40 %) a attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). En revanche, très peu d'entre eux ont décrit le rendement global comme étant médiocre (15 %, cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 6,5, soit une cote neutre.

Tableau 12. Rendement global du gouvernement du Canada

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Cote globale	Total N = 806	En activité depuis 10 ans ou moins N = 445	En activité depuis plus de 10 ans N = 357	Propriétaire unique N = 396	Partenariat N = 139	Entreprise constituée en société N = 118
8 – 10 (bon)	43 %	51 %	34 %	34 %	61 %	12 %
4 – 7 (neutre)	40 %	37 %	44 %	48 %	32 %	50 %
1 – 3 (médiocre)	15 %	11 %	21 %	16 %	6 %	35 %
Je ne sais pas/Refus	2 %	1 %	2 %	2 %	-	3 %
Moyenne	6,5	7,0	6,0	6,2	7,6	4,7

BB-0. Pour commencer, comment évalueriez-vous le rendement global du gouvernement du Canada dans son ensemble? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes « tout à fait insatisfait » et où 10 signifie que vous êtes « tout à fait satisfait ».

À la suite d'une comparaison du rendement global du gouvernement du Canada dans l'ensemble des sous-groupes pertinents, les tendances suivantes sont ressorties :

- Les PME interrogées qui exercent leurs activités depuis 10 ans ou moins avaient tendance à attribuer une cote plus élevée au rendement du gouvernement du Canada que ceux qui sont en activité depuis plus de 10 ans (7,0 par rapport à 6,0).
- Les sociétés de personnes (7,6) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que celles des entreprises à propriétaire unique (6,2) ou des entreprises constituées en société (4,7).
- Les PME du Québec (7,7) ont fourni une cote moyenne plus élevée que celles du Canada atlantique (6,9), de l'Ontario (6,3), de la Colombie-Britannique (6,3), du Manitoba ou de la Saskatchewan (5,8) ou de l'Alberta (5,5).
- Les répondants âgés de 25 à 34 ans (6,4) et ceux de 35 à 49 ans (7,4) ont attribué des cotes plus élevées en moyenne que ceux de 50 à 64 ans (5,8) et ceux de 65 ans ou plus (5,6).
- Les PME autochtones interrogées avaient tendance à attribuer des cotes plus élevées que les répondants non autochtones (7,8 par rapport à 6,3).
- Les PME qui comptaient de 5 à 99 employés ont attribué des cotes plus élevées en moyenne que celles qui avaient moins de cinq employés (7,5 par rapport à 5,8).

On a demandé aux PME canadiennes de fournir une cote sur le rendement global de l'Agence en utilisant une échelle de 1 à 10, où 1 signifiait « médiocre » et 10, « excellent ». La moitié des répondants (52 %) estimaient que le rendement de l'Agence est bon (cotes de 8 à 10), tandis que 37 % des répondants ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). Moins d'un répondant sur dix (9 %) décrivait le rendement global comme étant médiocre (cotes de 1 à 3). Ces cotes ont donné lieu à une cote moyenne de 7,1 pour les PME.

Tableau 13. Rendement global de l'Agence

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Cote globale	Total N = 806	En activité depuis 10 ans ou moins N = 445	En activité depuis plus de 10 ans N = 357	Propriétaire unique N = 396	Partenariat N = 139	Entreprise constituée en société N = 118
8 – 10 (bon)	52 %	63 %	40 %	45 %	71 %	19 %
4 – 7 (neutre)	37 %	29 %	47 %	43 %	24 %	58 %
1 – 3 (médiocre)	9 %	8 %	11 %	9 %	4 %	22 %
Je ne sais pas/Refus	1 %	1 %	2 %	2 %	1 %	1 %
Moyenne	7,1	7,6	6,6	6,8	8,0	5,5

BB-1. Comment évalueriez-vous le rendement global de l'Agence? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes « tout à fait insatisfait » et où 10 signifie que vous êtes « tout à fait satisfait ».

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

- Les PME interrogées qui exercent leurs activités depuis 10 ans ou moins avaient tendance à attribuer une cote plus élevée que ceux qui sont en activité depuis plus de 10 ans (7,6 par rapport à 6,6).
- Les sociétés de personnes (8,0) ont obtenu des cotes moyennes plus élevées que celles des entreprises à propriétaire unique (6,8) et des entreprises constituées en société (5,5).
- Ceux qui comptaient de 5 à 99 employés ont obtenu des résultats plus élevés en moyenne que ceux qui avaient moins d'employés (7,9 par rapport à 6,5).
- Les PME canadiennes interrogées qui avaient communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles qui n'avaient pas communiqué avec l'Agence (7,3 par rapport à 6,9).

- Celles qui avaient communiqué avec l'Agence en ligne (7,3) ont attribué une cote plus élevée que celles qui ont utilisé le téléphone (6,5).
- Les personnes vivant au Québec (8,0) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que celles qui vivent en Ontario (7,1), au Canada atlantique (7,1), en Colombie-Britannique (6,8), en Alberta (6,4), au Manitoba ou en Saskatchewan (6,2).
- Les hommes ont fourni des cotes moyennes plus élevées que les femmes (7,3 par rapport à 6,9).
- Les PME autochtones interrogées avaient tendance à attribuer des cotes plus élevées que les répondants non autochtones (8,5 par rapport à 6,9).
- Les répondants âgés de 25 à 34 ans (7,1) et ceux de 35 à 49 ans (7,8) ont attribué des cotes plus élevées en moyenne que ceux de 50 à 64 ans (6,6) et ceux de 65 ans ou plus (6,1).

On a ensuite demandé aux répondants d'expliquer leur cote. Les cotes globales étaient surtout attribuables à l'expérience de service à la clientèle (bon service à la clientèle – 28 %; mauvais service à la clientèle – 20 %), au mauvais rendement global (8 %) et à la qualité ou fonctionnalité du site Web de l'Agence (6 %).

Tableau 14. Raison de l'évaluation du rendement global

Base : (PME) Répondants qui ont fourni une évaluation valide (n = 795)

Raison de l'évaluation	Total N = 795	8 – 10 Bon N = 422	4 – 7 Neutre N = 299	1 – 3 Faible N = 74
Bon service ou service à la clientèle	28 %	39 %	17 %	7 %
Mauvais service ou service à la clientèle	20 %	4 %	34 %	57 %
Rendement inefficace ou médiocre	8 %	4 %	11 %	19 %
Site Web médiocre	6 %	2 %	12 %	9 %
Mentions négatives (« prend trop de temps », « je les déteste », etc.)	5 %	1 %	6 %	22 %
Facilité d'utilisation, simplicité ou traitement facile	5 %	8 %	2 %	-
Service lent	4 %	< 1 %	8 %	9 %
Neutre	4 %	2 %	7 %	-
Bon site Web ou portail en ligne	3 %	4 %	2 %	-
Sécuritaire ou fiable	2 %	3 %	1 %	-
Bonne réputation	1 %	1 %	-	-
Mentions positives (« bon », « j'aime », « excellent », etc.)	1 %	1 %	< 1 %	-
L'économie s'améliore	< 1 %	< 1 %	-	-
Rien	32 %	45 %	19 %	8 %
Autre	1 %	1 %	2 %	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 réponses entre les répondants qui ont attribué une bonne cote à l'Agence (cotes de 8 à 10), une cote neutre (cotes de 4 à 7) ou une cote médiocre (cotes de 1 à 3), les tendances suivantes ressortent :

- Les PME qui ont attribué de bonnes cotes avaient tendance à avoir reçu un bon service à la clientèle (39 %) et ont mentionné la facilité d'utilisation ou la simplicité globale (8 %).
- Les PME qui ont attribué une cote neutre ont surtout mentionné des problèmes liés au rendement du site Web (12 %) et au service lent (8 %).
- Les répondants qui ont attribué une cote de rendement global médiocre avaient tendance à avoir un mauvais service à la clientèle en communiquant avec l'Agence (57 %), des mentions générales négatives (22 %) ou des problèmes d'efficacité (19 %).

Confiance à l'égard de l'Agence

On a demandé aux répondants de décrire la mesure dans laquelle ils font confiance à l'Agence en utilisant une échelle de 1 à 7, où 1 représente un « manque de confiance total » et 7 une « confiance totale ». Près de la moitié des PME canadiennes interrogées (48 %) ont exprimé un niveau élevé de confiance à l'égard de l'Agence (cotes de 6 à 7), tandis que 43 % ont exprimé un niveau de confiance modéré (cotes de 3 à 5). Moins d'une PME sur dix a exprimé un faible niveau de confiance (8 %), ce qui donne une cote moyenne neutre de 5,1.

Tableau 15. Confiance globale envers l'Agence

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Cote de confiance (sur 7)	Total N = 806	En activité depuis 10 ans ou moins N = 445	En activité depuis plus de 10 ans N = 357	Propriétaire unique N = 396	Partenariat N = 139	Entreprise constituée en société N = 118
Confiance (6-7)	48 %	56 %	37 %	44 %	59 %	22 %
Neutre (3-5)	43 %	36 %	50 %	46 %	37 %	58 %
Méfiance (1-2)	8 %	6 %	10 %	9 %	3 %	19 %
Je ne sais pas	2 %	1 %	2 %	2 %	1 %	2 %
Moyenne (sur 7)	5,1	5,4	4,7	5,0	5,5	4,1

B-4. Dans l'ensemble, dans quelle mesure faites-vous confiance à l'Agence du revenu du Canada? Veuillez évaluer l'Agence sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie que vous « ne lui faites pas confiance du tout » et 7 signifie que vous « lui faites entièrement confiance ».

En comparant les cotes de confiance moyennes entre les sous-groupes, les tendances suivantes sont ressorties :

- Les personnes en affaires depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles de dire qu'elles faisaient confiance à l'Agence par rapport à celles qui sont en activité depuis 10 ans ou plus (cote de 5,4 en moyenne par rapport à 4,7).
- Les sociétés de personnes (5,5) ont exprimé une plus grande confiance à l'égard de l'Agence par rapport aux entreprises à propriétaire unique (5,0) et aux entreprises constituées en société (4,1).

- Les répondants vivant au Québec ont attribué des cotes de confiance moyennes plus élevées (5,6) que ceux qui vivent en Ontario (5,0), au Canada atlantique (5,0), en Colombie-Britannique (4,9), en Alberta (4,8), ou au Manitoba ou en Saskatchewan (4,5).
- Les répondants autochtones ont attribué des cotes moyennes plus élevées que les répondants non autochtones (5,5 par rapport à 5,0).
- Ceux qui comptaient de 5 à 99 employés ont attribué des cotes plus élevées en moyenne que ceux qui avaient moins d'employés (5,5 par rapport à 4,8).
- Les ressources internes pour la production de déclarations de revenus avaient tendance à fournir des cotes plus élevées que celles qui utilisent des services de préparation de déclarations de revenus externes (5,4 par rapport à 5,0).
- Les PME canadiennes interrogées qui avaient communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles qui n'avaient pas communiqué avec l'Agence (5,3 par rapport à 4,8).

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 ».

Près de trois PME canadiennes interrogées sur cinq étaient fortement d'accord pour dire que les employés de l'Agence étaient dignes de confiance (57 %) et qu'ils étaient capables de bien faire leur travail (56 %). Au moins la moitié d'entre eux ont également convenu qu'ils font confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste (53 %) et que l'Agence travaille au profit de tous les Canadiens (51 %).

Tableau 16. Perceptions de la fiabilité

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Je crois que les employés de l'Agence sont dignes de confiance (B-3c.)	57 %	30 %	9 %	3 %	7,3
Les employés de l'Agence sont capables d'exercer leurs fonctions convenablement (B-3d.)	56 %	31 %	9 %	4 %	7,3
L'Agence est digne de confiance pour prendre les bonnes mesures (B-3a.)	53 %	31 %	13 %	3 %	7,0
L'Agence travaille dans l'intérêt de tous les Canadiens (B-3b.)	51 %	32 %	14 %	3 %	7,0

B-3. Comment évalueriez-vous l'Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? 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 ».

Un calcul d'indice a été établi pour obtenir une cote globale qui saisit les perceptions de la confiance à l'égard de l'Agence en se basant sur les résultats obtenus à l'aide des mesures suivantes :

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 employés de l'Agence sont dignes de confiance » + « Les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail »)/4

Lors de l'évaluation des cotes globales de l'indice de confiance, la moitié des PME interrogées ont une cote élevée de l'indice de confiance (cotes de 8 à 10), 37 % ont une cote neutre (cotes de 4 à 7), tandis que 12 % ont des cotes d'indice faibles (1 à 3). La cote moyenne de l'indice de confiance est de 6,8 pour les PME.

Tableau 17. Calculs de l'indice de confiance

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Cote de l'indice de confiance	Total N = 806	En activité depuis 10 ans ou moins N = 445	En activité depuis plus de 10 ans N = 357	Propriétaire unique N = 396	Partenariat N = 139	Entreprise constituée en société N = 118
8 – 10	50 %	58 %	40 %	42 %	65 %	21 %
4 à < 8	37 %	33 %	43 %	44 %	29 %	50 %
1 à < 4	12 %	9 %	16 %	14 %	5 %	28 %
Je ne sais pas	< 1 %	-	< 1 %	< 1 %	1 %	1 %
Moyenne	6,8	7,2	6,3	6,5	7,6	5,3

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

- Les PME en activité depuis 10 ans ou moins ont attribué une cote plus élevée en moyenne que celles qui sont en activité depuis 10 ans ou plus (7,2 par rapport à 6,3).
- Les sociétés de personnes (7,6) ont fourni des cotes moyennes plus élevées que celles des entreprises à propriétaire unique (6,5) et des entreprises constituées en société (5,3).

- Celles qui ont de 5 à 99 employés (7,7) ont fourni des cotes plus élevées en moyenne que celles qui ont moins d'employés (6,2), ou 100 employés ou plus (6,9).
- En général, les PME qui avaient communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois avaient tendance à attribuer des cotes plus élevées que celles qui n'avaient pas communiqué avec l'Agence (7,1 par rapport à 6,5).
- Les répondants qui ont interagi avec l'Agence par l'intermédiaire du site Web (7,8) ou par la poste (7,7) ont fourni des cotes moyennes plus élevées que ceux qui ont utilisé le service Mon dossier d'entreprise (6,8) ou le téléphone (6,3).
- Ceux dont le but de la communication était lié à la paie (8,3) ont fourni une cote plus élevée en moyenne que ceux dont le but était de demander des renseignements généraux (7,8), des précisions (7,7), la TPS/TVH (7,7), une vérification, un différend ou un examen (7,7), les taxes d'affaires (7,6) ou les renseignements liés à Mon dossier d'entreprise (7,4).
- Les répondants vivant au Québec (7,9) ont fourni une cote moyenne plus élevée que ceux qui vivent au Canada atlantique (6,8), en Ontario (6,7), en Colombie-Britannique (6,5), au Manitoba ou en Saskatchewan (6,0) ou en Alberta (5,9).
- Les répondants qui estiment que l'Agence fait trop (7,8) ou juste assez d'efforts (7,4) 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 (6,8).
- En général, les PME canadiennes qui évaluaient le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,3] ont attribué une cote plus élevée que celles qui ont indiqué que le rendement global était neutre (5,6) ou médiocre (3,0).
- Les répondants autochtones ont attribué une cote moyenne plus élevée que les répondants non autochtones (8,2 par rapport à 6,6).

Serviabilité de l'Agence

En plus d'évaluer une série de mesures axées sur la confiance, le sondage visait à demander aux PME canadiennes interrogées d'indiquer leur niveau d'accord avec une série d'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 des deux tiers des PME interrogées étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) que l'Agence traite les déclarations de revenus de leur entreprise en temps opportun (65 %), tandis que 62 % étaient tout à fait d'accord pour dire que les renseignements arrivent à temps pour leur entreprise. Environ la moitié des répondants étaient tout à fait d'accord pour dire que l'Agence fournit suffisamment de renseignements pour respecter leurs obligations fiscales d'entreprise

(56 %), que l'Agence facilite le processus de production de déclarations de revenus d'entreprise (56 %), que l'Agence est généralement serviable (51 %) et que l'Agence travaille fort pour aider les Canadiens avec leurs questions fiscales (49 %).

Tableau 18. Perceptions de la serviabilité

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

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)	65 %	27 %	5 %	2 %	7,8
Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps. (B-3k)	62 %	30 %	6 %	2 %	7,6
L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales. (B-3j)	56 %	35 %	8 %	2 %	7,4
L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus d'entreprise. (B-3f)	56 %	31 %	10 %	2 %	7,2
L'Agence est serviable. (B-3h)	51 %	34 %	13 %	2 %	7,0
L'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt et de prestations (B-3e).	49 %	35 %	13 %	3 %	6,9

B-3. Comment évalueriez-vous l'Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? 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 diverses mesures de serviabilité, les différences entre les sous-groupes comprennent les suivantes :

- Les répondants qui vivent au Québec ont tendance à obtenir des résultats plus élevés dans l'ensemble des mesures de serviabilité suivantes, tandis que ceux du Manitoba et de la Saskatchewan se classent toujours moins bien :
 - Les renseignements de l'Agence arrivent à temps pour mon entreprise (8,4 Québec par rapport à 7,8 région de l'Atlantique, 7,4 Ontario, 6,8 Manitoba/Saskatchewan, 6,9 Alberta, 7,4 Colombie-Britannique).
 - L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (8,2 par rapport à 6,9, 7,2, 6,3, 6,6 et 7,0).

- L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (8,1 par rapport à 7,3, 7,4, 6,1, 7,0 et 7,1).
- L'Agence est serviable (8,1 par rapport à 6,8, 7,0, 6,1, 6,3 et 6,6).
- L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens (7,7 par rapport à 6,5, 6,8, 5,8, 6,2 et 6,7).
- Les PME en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d'être d'accord avec tous les énoncés que celles qui exercent leurs activités depuis plus de 10 ans :
 - L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (8,0 par rapport à 7,5).
 - Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps (7,8 par rapport à 7,3).
 - L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,7 par rapport à 6,9).
 - L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,6 par rapport à 6,8).
 - L'Agence est serviable (7,5 par rapport à 6,4).
 - L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens (7,4 par rapport à 6,2).
- Les PME qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois ont généralement accordé une cote plus élevée à l'Agence que celles qui n'ont pas communiqué avec l'Agence récemment, y compris une plus grande proportion qui convient que :
 - L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,5 par rapport à 7,0).
 - L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens (7,1 par rapport à 6,5).
 - L'Agence est serviable (7,4 par rapport à 6,6).
- Parmi les entreprises qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois, celles qui ont communiqué avec l'Agence en ligne avaient tendance à fournir des cotes plus élevées pour toutes les mesures que celles qui ont eu des interactions téléphoniques :
 - L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (8,0 par rapport à 7,3).

- L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus d'entreprise (7,7 par rapport à 6,7).
- Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps (7,7 par rapport à 7,1).
- L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,5 par rapport à 6,8).
- L'Agence est serviable (7,3 par rapport à 6,7).
- L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens (7,2 par rapport à 6,3).
- Les sociétés de personnes ont fourni des cotes moyennes plus élevées pour toutes les mesures par rapport aux entreprises à propriétaire unique et aux entreprises constituées en société :
 - L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (8,0 par rapport à 7,6 et 7,1).
 - L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,8 par rapport à 7,0 et 5,8).
 - Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps (8,0 par rapport à 7,3 et 6,8).
 - L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,9 par rapport à 7,0 et 6,3).
 - L'Agence est serviable (7,9 par rapport à 6,7 et 5,3).
 - L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens (7,6 par rapport à 6,6, et 5,3).

Traiter les renseignements d'entreprise

En utilisant la même échelle de 1 à 10, 1 étant « tout à fait en désaccord » et 10 étant « tout à fait d'accord », on a demandé aux PME canadiennes interrogées d'évaluer leur niveau de confiance à l'égard de l'Agence pour traiter leurs renseignements d'entreprise de façon appropriée.

La majorité des répondants (62 %) ont exprimé un niveau de confiance élevé (cotes de 8 à 10), tandis que 27 % ont accordé une cote de confiance plus modérée (cotes de 4 à 7) et 9 % ont indiqué un faible niveau de confiance (cotes de 1 à 3). Ces cotes ont donné lieu à un niveau de confiance de 7,5 pour les PME, ce qui représente une cote d'accord neutre.

Tableau 19. Perceptions des renseignements personnels

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
J'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mon entreprise de manière appropriée. (B-3l)	62 %	27 %	9 %	1 %	7,5

B-3. Comment évalueriez-vous l'Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? 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 ».

Parmi les différents groupes démographiques, certaines différences intéressantes sont ressorties :

- Les PME en activité depuis 10 ans ou moins ont attribué une cote plus élevée en moyenne que celles qui sont en activité depuis 10 ans ou plus (7,9 par rapport à 7,0).
- Les sociétés de personnes (8,0) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que celles des entreprises à propriétaire unique (7,4) et des entreprises constituées en société (6,1).
- Les répondants vivant au Québec (8,2) ont fourni une cote moyenne plus élevée que ceux qui vivent en Ontario (7,5), en Colombie-Britannique (7,4), au Canada atlantique (7,3), au Manitoba ou en Saskatchewan (7,0) ou en Alberta (6,9).
- Les personnes âgées de 35 à 49 ans (8,0) avaient le plus confiance en l'Agence pour traiter les renseignements d'entreprise de façon appropriée par rapport aux personnes âgées de 25 à 34 ans (7,5), de 50 à 64 ans (7,1) ou de 65 ans ou plus (6,9).
- Ceux qui comptaient de 5 à 99 employés ont attribué des cotes plus élevées en moyenne que ceux qui avaient moins d'employés (8,1 par rapport à 7,0).
- En général, les PME qui avaient communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois avaient tendance à attribuer des cotes plus élevées que celles qui n'avaient pas communiqué avec l'Agence (7,7 par rapport à 7,3).
- Parmi les entreprises qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois, celles dont la communication a eu lieu en ligne (8,0) ou par la poste (8,3) avaient tendance à fournir des cotes plus élevées que celles qui ont communiqué par téléphone (7,0).
- Les répondants autochtones ont attribué des cotes moyennes plus élevées que les répondants non autochtones (8,1 par rapport à 7,4).

Égalité et équité

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 sur l'égalité et l'équité. 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 (77 %) étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) que les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à des pénalités égales, peu importe qui elles sont. Environ trois répondants sur cinq étaient tout à fait d'accord pour dire que l'Agence suppose que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (60 %), tandis qu'environ la moitié estiment que l'Agence traite les contribuables de façon équitable (49 %) et traite tout le monde de la même façon (49 %).

La cote d'accord moyenne la plus élevée parmi les mesures d'égalité et d'équité a été observée pour les personnes reconnues coupables de fraude fiscale, peu importe leur identité (8,4), tandis que les autres mesures ont reçu un niveau d'accord moyen (cotes de 4 à 7).

Tableau 20. Perceptions de l'égalité et de l'équité

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)/échantillon fractionné, module de service (n = 415)/module d'observation (391)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à la même pénalité, peu importe qui elles sont. (F-6h)	77 %	15 %	4 %	3 %	8,4
L'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude jusqu'à preuve du contraire. (E-5a)	60 %	27 %	5 %	7 %	7,7
L'Agence traite les contribuables de façon équitable (B-3i).	49 %	34 %	13 %	3 %	6,8
L'Agence traite tout le monde de la même façon. (B-3n)	49 %	26 %	17 %	8 %	6,8

B-3. Comment évalueriez-vous l'Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? 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 ». /F-6. Veuillez indiquer si vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants. 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 ». /E-5. Je vais maintenant vous lire quelques énoncés. Pour chacun des énoncés, 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 ».

Lors de la comparaison des cotes moyennes, les tendances suivantes sont ressorties parmi les sous-groupes pertinents :

- Les PME interrogées en activité depuis 10 ans ou moins avaient tendance à attribuer une cote plus élevée que ceux qui sont en activité depuis plus longtemps dans le cas des mesures suivantes :
 - L'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (8,1 par rapport à 7,1).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (7,4 par rapport à 6,1).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (7,4 par rapport à 5,9).
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) ont fourni des cotes moyennes plus élevées pour les énoncés suivants :
 - Les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire l'objet de la même pénalité (8,8 par rapport à 8,1, attribuant à l'Agence la cote neutre et 7,5, la cote mauvaise).
 - L'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (8,6 par rapport à 7,1 et 5,1).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (8,5 par rapport à 5,5 et 2,8).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (8,4 par rapport à 5,2 et 3,2).
- Les sociétés de personnes étaient plus susceptibles d'être d'accord avec ce qui suit par rapport aux entreprises à propriétaire unique et aux entreprises constituées en société :
 - L'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (8,2 par rapport à 7,6 et 6,6).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (7,8 par rapport à 6,6 et 4,9).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (7,9 par rapport à 6,2 et 5,0).
- Celles qui ont de 5 à 99 employés ont attribué des cotes plus élevées pour toutes les mesures que celles qui ont moins d'employés :
 - Les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à la même pénalité (8,7 par rapport à 8,2).
 - L'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (8,2 par rapport à 7,4).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (7,8 par rapport à 6,2).

- L'Agence traite tout le monde de la même façon (7,9 par rapport à 5,9).
- Pour les mesures suivantes, les hommes ont attribué une cote moyenne plus élevée que les femmes :
 - Les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à la même pénalité (8,7 par rapport à 8,1).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (7,1 par rapport à 6,6).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (7,0 par rapport à 6,5).
- Les PME qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois ont eu tendance à attribuer des cotes plus élevées que ceux qui n'ont pas communiqué avec l'Agence en ce qui concerne :
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (7,2 par rapport à 6,4).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (7,2 par rapport à 6,2).
- En général, les répondants qui vivent au Québec ont attribué une cote plus élevée, pour chaque mesure de serviabilité, que ceux qui vivent au Canada atlantique, en Ontario, au Manitoba ou en Saskatchewan, ainsi qu'en Colombie-Britannique :
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (7,9 par rapport à 6,8, 6,7, 5,8, 6,1 et 6,6).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (7,7 par rapport à 6,3, 6,6, 5,9, 5,9 et 6,8).
- Les personnes âgées de 24 à 34 ans ou de 35 à 49 ans ont fourni des cotes moyennes plus élevées pour les mesures de serviabilité suivantes par rapport aux personnes âgées de 50 à 64 ans ou de 65 ans ou plus :
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (7,0 et 7,6 par rapport à 6,2 et 5,7).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (7,0 et 7,6 par rapport à 6,0 et 5,3).

Ouverture et transparence

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 sur l'ouverture et la transparence. 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 répondants sur cinq (58 %) étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) que l'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit et que l'Agence appuie l'accessibilité des produits du gouvernement et du service à la clientèle (56 %). Près de la moitié des répondants (47 %) ont convenu que l'Agence est transparente quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt, tandis que 20 % estimaient que l'Agence n'était pas transparente (cotes de 1 à 3).

Dans l'ensemble, chaque mesure d'ouverture et de transparence a reçu un niveau neutre d'accord moyen parmi les PME (cotes de 4 à 7).

Tableau 21. Perceptions d'ouverture et de transparence

Base : (PME) Échantillon fractionné, module de service (n = 415)/module d'observation (391)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit. (E-5e)	58 %	26 %	8 %	8 %	7,6
L'Agence appuie le fait de rendre les produits du gouvernement et le service à la clientèle accessibles pour tous. (E-5g)	56 %	30 %	8 %	6 %	7,5
L'Agence est transparente avec le public quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt. (F-6i)	47 %	23 %	20 %	10 %	6,6

F-6. Veuillez indiquer si vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants. 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 ». /E-5. Je vais maintenant vous lire quelques énoncés. Pour chacun des énoncés, 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 ».

D'autres comparaisons de sous-groupes entre ces énoncés ont révélé ce qui suit :

- Les PME interrogées en activité depuis 10 ans ou moins avaient tendance à attribuer une cote plus élevée que ceux qui sont en activité depuis plus de 10 ans dans le cas des mesures suivantes :
 - L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (8,1 par rapport à 7,0).
 - L'Agence appuie l'accessibilité des produits et des services (7,9 par rapport à 7,1).
 - L'Agence est transparente quant à la poursuite de ceux qui pourraient devoir de l'impôt (7,2 par rapport à 5,8).

- Ceux qui comptaient de 5 à 99 employés ont attribué des cotes plus élevées en moyenne par rapport à ceux qui ont moins d'employés:
 - L'Agence se tient responsable des renseignements écrits (8,3 par rapport à 7,1).
 - L'Agence appuie l'accessibilité des produits et des services (8,3 par rapport à 7,0).
 - L'Agence est transparente quant à la poursuite de ceux qui pourraient devoir de l'impôt (7,5 par rapport à 5,8).
- Les sociétés de personnes ont fourni des cotes moyennes plus élevées pour les mesures suivantes par rapport aux entreprises à propriétaire unique et aux entreprises constituées en société :
 - L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (8,1 par rapport à 7,4 et 6,2).
 - L'Agence appuie l'accessibilité des produits et des services (8,2 par rapport à 7,2 et 6,5).
- Les Canadiens d'âge moyen (de 35 à 49 ans) étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence est transparente avec le public au sujet de la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt par rapport aux personnes âgées de 25 à 34 ans, de 50 à 64 ans et de 65 ans ou plus (7,6 par rapport à 6,3, 5,7, 4,8).

Intermédiaires fiscaux

Perceptions générales

On a d'abord demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens d'évaluer le rendement global du gouvernement du Canada en utilisant une échelle de 1 à 10, où 1 signifiait « médiocre » et 10, « excellent ». Environ un quart des répondants (28 %) estimaient que le rendement global est bon (cotes de 8 à 10), tandis que plus de la moitié (55 %) des répondants ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). En revanche, seulement 16 % des intermédiaires fiscaux ont évalué le rendement global du gouvernement du Canada comme étant médiocre (cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 6,0, soit une cote neutre.

Tableau 22. Rendement global du gouvernement du Canada

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 810)

Cote globale	Total N = 810	En activité depuis 10 ans ou moins N = 427	En activité depuis plus de 10 ans N = 363	Communication au cours des 12 derniers mois N = 506	Aucune communication au cours des 12 derniers mois N = 251
8 – 10 (bon)	28 %	31 %	25 %	31 %	25 %
4 – 7 (neutre)	55 %	52 %	58 %	52 %	59 %
1 – 3 (médiocre)	16 %	16 %	17 %	17 %	14 %
Je ne sais pas/Refus	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %
Moyenne	6,0	6,1	5,8	6,0	6,0

BB-0. Pour commencer, comment évalueriez-vous le rendement global du gouvernement du Canada dans son ensemble? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes « tout à fait insatisfait » et où 10 signifie que vous êtes « tout à fait satisfait ».

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

- Les personnes vivant au Québec (6,1), en Ontario (6,1), en Colombie-Britannique (6,1), en Alberta (6,0) ou au Canada atlantique (5,9) ont fourni des cotes moyennes plus élevées que celles qui vivent au Manitoba ou en Saskatchewan (4,6).
- Les intermédiaires fiscaux qui ont interagi avec l'Agence en ligne étaient plus susceptibles de fournir des cotes plus élevées que ceux qui ont choisi de décrocher le téléphone (6,4 par rapport à 5,7).
- Les répondants ayant un compte Représenter un client ont fourni des cotes moyennes plus élevées que ceux qui ne sont pas inscrits (6,3 par rapport à 5,7).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins ont attribué des cotes de confiance moyennes plus élevées que celles qui sont en activité depuis plus de 10 ans (6,1 par rapport à 5,8).

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 « médiocre » et 10, « excellent ». Le tiers des répondants (34 %) estimaient que le rendement de l'Agence est bon (cotes de 8 à 10), tandis que 51 % des répondants ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). Plus d'un répondant sur dix

(14 %) décrivait le rendement global comme étant médiocre (cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 6,4, soit une cote neutre, pour les intermédiaires fiscaux.

Tableau 23. Rendement global de l'Agence

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 810)

Cote globale	Total N = 810	En activité depuis 10 ans ou moins N = 427	En activité depuis plus de 10 ans N = 363	Communication au cours des 12 derniers mois N = 506	Aucune communication au cours des 12 derniers mois N = 251
8 – 10 (bon)	34 %	35 %	33 %	35 %	36 %
4 – 7 (neutre)	51 %	52 %	51 %	49 %	54 %
1 – 3 (médiocre)	14 %	13 %	15 %	16 %	9 %
Je ne sais pas/Refus	< 1 %	< 1 %	1 %	-	1 %
Moyenne	6,4	6,5	6,2	6,3	6,6

BB-1. Comment évalueriez-vous le rendement global de l'Agence? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie que vous êtes « tout à fait insatisfait » et où 10 signifie que vous êtes « tout à fait satisfait ».

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 cotes de rendement moyennes au Manitoba ou en Saskatchewan (5,1) étaient particulièrement faibles par rapport à celles observées dans les autres régions (6,5 dans chacune des régions de l'Ontario, de l'Alberta et de la Colombie-Britannique, 6,4 au Québec et 6,2 au Canada atlantique).
- Les intermédiaires fiscaux qui ont interagi avec l'Agence en ligne ont attribué une cote plus élevée que ceux qui ont utilisé le téléphone (6,6 contre 6,0).

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 – 29 %; mauvais service à la clientèle – 29 %), à l'inefficacité générale (13 %), à la lenteur du service (8 %), aux mentions négatives (7 %) et à la qualité ou à la fonctionnalité du site Web de l'Agence (7 %).

Tableau 24. Raison de l'évaluation du rendement global

Base : (Intermédiaires fiscaux) Répondants qui ont fourni une évaluation valide (n = 806)

Raison de l'évaluation	Total N = 806	8 – 10 Bon N = 279	4 – 7 Neutre N = 417	1 – 3 Faible N = 110
Bon service ou service à la clientèle	29 %	56 %	19 %	1 %
Mauvais service ou service à la clientèle	29 %	11 %	34 %	55 %
Rendement inefficace ou médiocre	13 %	5 %	15 %	21 %
Service lent	8 %	3 %	9 %	15 %
Mentions négatives (« prend trop de temps », « je les déteste », etc.)	7 %	2 %	8 %	15 %
Site Web médiocre	7 %	3 %	8 %	11 %
Neutre	5 %	5 %	5 %	4 %
Mentions positives (« bon », « j'aime », « excellent », etc.)	3 %	5 %	2 %	-
Facilité d'utilisation, simplicité ou traitement facile	2 %	6 %	1 %	-
Bon site Web ou portail en ligne	2 %	3 %	2 %	-
Sécuritaire ou fiable	2 %	4 %	1 %	-
Les emplois à faible rémunération ont plus de besoins	< 1 %	-	< 1 %	-
L'économie s'améliore	< 1 %	< 1 %	-	-
Rien	14 %	15 %	14 %	8 %
Autre	1 %	1 %	1 %	1 %
Je ne sais pas/Refus	< 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 fourni de bonnes cotes avaient tendance à décrire l'obtention d'un bon service à la clientèle (56 %), la facilité des interactions (6 %), les mentions positives générales (5 %) et la fiabilité de l'Agence (4 %).
- Les répondants qui ont obtenu une cote de rendement global médiocre avaient tendance à avoir eu un mauvais service à la clientèle en communiquant avec l'Agence (55 %), des inefficacités dans le rendement (21 %), un service lent (15 %), des mentions générales négatives (15 %) ou des problèmes liés au rendement du site Web (11 %).

Confiance à l'égard de l'Agence

On a demandé aux répondants de décrire la mesure dans laquelle ils font confiance à l'Agence en utilisant une échelle de 1 à 7, où 1 représente un « manque de confiance total » et 7 une « confiance totale ». Près du tiers des intermédiaires fiscaux canadiens interrogés (32 %) ont exprimé leur confiance en l'Agence (cotes de 6 à 7), et la plupart (57 %) ont fourni une cote neutre (cotes de 3 à 5). Moins d'un Canadien sur dix a accordé une cote de 1 à 2 à l'Agence (9 %), ce qui a donné une cote moyenne neutre de 4,7.

Tableau 25. Confiance globale envers l'Agence

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 810)

Cote de confiance (sur 7)	Total N = 810	En activité depuis 10 ans ou moins N = 427	En activité depuis plus de 10 ans N = 363	Communication au cours des 12 derniers mois N = 506	Aucune communication au cours des 12 derniers mois N = 251
Confiance (6-7)	32 %	31 %	33 %	33 %	31 %
Neutre (3-5)	57 %	57 %	56 %	55 %	60 %
Méfiance (1-2)	9 %	10 %	9 %	11 %	6 %
Je ne sais pas	2 %	2 %	2 %	1 %	2 %
Moyenne (sur 7)	4,7	4,7	4,7	4,7	4,7

B-4. Dans l'ensemble, dans quelle mesure faites-vous confiance à l'Agence du revenu du Canada? Veuillez évaluer l'Agence sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie que vous « ne lui faites pas confiance du tout » et 7 signifie que vous « lui faites entièrement confiance ».

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

- Les répondants vivant en Alberta (4,9), au Québec (4,7), en Ontario (4,7) et en Colombie-Britannique (4,6) ont fourni des cotes plus élevées en moyenne que ceux qui vivent au Manitoba ou en Saskatchewan (4,0).
- Les intermédiaires fiscaux qui ont interagi avec l'Agence en ligne ont attribué des cotes plus élevées que ceux qui ont interagi avec une personne de l'Agence par téléphone (4,8 par rapport à 4,5).
- Les répondants qui étaient inscrits au service Représenter un client ont attribué des cotes moyennes plus élevées que ceux qui n'étaient pas inscrits (5,0 par rapport à 4,5).

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 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 ».

Près de la moitié des intermédiaires fiscaux sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que les employés de l'Agence étaient à la fois dignes de confiance (45 %) et capables de bien faire leur travail (45 %). Deux autres intermédiaires fiscaux sur cinq sont d'accord pour dire que l'Agence fait ce qui est juste (43 %) et qu'elle travaille pour le bien de tous les Canadiens (40 %).

Dans l'ensemble, la cote moyenne pour chacune des quatre mesures mises à l'essai se situait dans le niveau neutre d'accord (cotes de 4 à 7).

Tableau 26. Perceptions de la fiabilité

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 810)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Je crois que les employés de l'Agence sont dignes de confiance (B-3c.)	45 %	42 %	12 %	1 %	6,7
Les employés de l'Agence sont capables d'exercer leurs fonctions convenablement (B-3d.)	45 %	41 %	12 %	1 %	6,7
L'Agence est digne de confiance pour prendre les bonnes mesures (B-3a.)	43 %	42 %	14 %	1 %	6,5
L'Agence travaille dans l'intérêt de tous les Canadiens (B-3b.)	40 %	43 %	16 %	1 %	6,4

B-3. Comment évalueriez-vous l'Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? 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 ».

Un calcul d'indice a été établi pour obtenir une cote globale afin d'évaluer les perceptions de la confiance à l'égard de l'Agence en se basant sur les résultats obtenus à l'aide des mesures suivantes :

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 employés de l'Agence sont dignes de confiance » + « Les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail »)/4

Lors de l'évaluation des cotes globales de l'indice de confiance, plus d'un tiers des intermédiaires fiscaux canadiens (34 %) ont fourni une cote élevée de l'indice de confiance (cotes de 8 à 10), tandis que 53 % ont fourni une cote neutre (cotes de 4 à 7) et 13 % ont fourni une cote de confiance faible (cotes de 1 à 3). La cote moyenne de l'indice de confiance est de 6,2.

Tableau 27. Calculs de l'indice de confiance

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 810)

Cote de l'indice de confiance	Total N = 810	En activité depuis 10 ans ou moins N = 427	En activité depuis plus de 10 ans N = 363	Communication au cours des 12 derniers mois N = 506	Aucune communication au cours des 12 derniers mois N = 251
8 – 10	34 %	35 %	33 %	35 %	34 %
4 à < 8	53 %	54 %	51 %	51 %	57 %
1 à < 4	13 %	11 %	16 %	14 %	9 %
Je ne sais pas	< 1 %	-	< 1 %	-	< 1 %
Moyenne	6,2	6,4	6,1	6,2	6,4

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

- Les résidents du Québec (6,4), du Canada atlantique (6,3), de l'Alberta (6,3), de la Colombie-Britannique (6,2) et de l'Ontario (6,2) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que ceux du Manitoba ou de la Saskatchewan (5,2).
- Les répondants qui étaient inscrits au service Représenter un client ont attribué des cotes moyennes plus élevées que ceux qui n'étaient pas inscrits (6,5 par rapport à 5,7).
- Ceux dont la communication la plus récente avec l'Agence a eu lieu par la poste avaient tendance à fournir des cotes moyennes plus élevées que ceux dont la communication a eu lieu par téléphone (6,8 par rapport à 6,0).
- Les intermédiaires fiscaux dont le but de la communication la plus récente consistait à obtenir des renseignements généraux ont fourni des cotes moyennes plus élevées que ceux dont la communication était liée à une vérification, à un différend ou à un examen (6,8 par rapport à 5,8).

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 liés à 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 la moitié des intermédiaires fiscaux étaient fortement d'accord pour dire que l'Agence traite les déclarations de revenus de leurs clients en temps opportun (48 %). Environ deux répondants sur cinq étaient d'accord pour dire que les renseignements de l'Agence arrivent à temps pour les clients (44 %) et qu'ils s'avèrent suffisants pour respecter les obligations fiscales des clients (42 %), tandis que des proportions semblables conviennent que l'Agence est serviable (43 %), facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises (42 %) et travaille fort pour aider les Canadiens (41 %).

La capacité de l'Agence à traiter les déclarations de revenus de ses clients en temps opportun (6,9) a été légèrement supérieure aux autres mesures lors de l'examen des cotes moyennes.

Tableau 28. Perceptions de la serviabilité

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 810)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
L'Agence traite les déclarations des entreprises en temps opportun. (B-3-g)	48 %	41 %	10 %	2 %	6,9
Les renseignements fournis par l'Agence pour mes clients d'entreprise arrivent à temps. (B-3k)	44 %	43 %	10 %	3 %	6,8
L'Agence est serviable. (B-3h)	43 %	41 %	15 %	1 %	6,6
L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que vos clients d'entreprises puissent respecter leurs obligations fiscales. (B-3j)	42 %	44 %	11 %	2 %	6,8
L'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises. (B-3f)	42 %	43 %	13 %	2 %	6,7
L'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt et de prestations (B-3e).	41 %	46 %	13 %	1 %	6,5

B-3. Comment évalueriez-vous l'Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? 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 diverses mesures de serviabilité, les autres comparaisons entre les sous-groupes comprennent les suivantes :

- Les cotes moyennes étaient toujours plus basses chez les intermédiaires fiscaux qui vivent au Manitoba ou en Saskatchewan en ce qui concerne les énoncés suivants :
 - Les renseignements de l'Agence arrivent à temps pour mes clients d'entreprise (6,9 dans la région de l'Atlantique, 6,9 au Québec, 6,8 en Ontario, 7,0 en Alberta, 6,8 en Colombie-Britannique par rapport à 5,8 au Manitoba ou en Saskatchewan).
 - L'Agence fournit suffisamment de renseignements pour respecter les obligations fiscales des entreprises (6,8, 6,8, 6,9, 6,9, 6,7 par rapport à 5,4).
 - L'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises (7,0, 6,6, 6,8, 6,7, 6,5 par rapport à 5,6).
 - L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens à régler leurs problèmes liés à l'impôt et aux prestations (6,5, 6,8, 6,6, 6,7, 6,6 par rapport à 5,4).
- Les intermédiaires fiscaux qui ont communiqué avec l'Agence en ligne avaient tendance à attribuer des cotes plus élevées pour toutes les mesures que ceux qui ont communiqué par téléphone :
 - L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (7,3 par rapport à 6,6).
 - L'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt et de prestations (6,7 par rapport à 6,1).
 - L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,0 par rapport à 6,4).
 - Les renseignements fournis par l'Agence pour mes clients d'entreprise arrivent à temps (7,0 par rapport à 6,5).
 - L'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises (6,9 par rapport à 6,4).
 - L'Agence est serviable (6,8 par rapport à 6,2).
- Les intermédiaires fiscaux qui étaient inscrits au service Représenter un client avaient tendance à fournir des cotes moyennes plus élevées pour les mesures suivantes que ceux qui n'étaient pas inscrits :
 - L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (7,1 par rapport à 6,6).

- L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,1 par rapport à 6,4).
- L'Agence est serviable (7,0 par rapport à 5,9).
- Les renseignements fournis par l'Agence pour mes clients d'entreprise arrivent à temps (6,9 par rapport à 6,4).
- L'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt et de prestations (6,7 par rapport à 6,2).

Information et protection des renseignements personnels

En utilisant la même échelle de 1 à 10, 1 étant « tout à fait en désaccord » et 10 étant « tout à fait d'accord », on a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens interrogés de fournir leur niveau de confiance à l'égard de l'Agence pour traiter les renseignements d'entreprise de leurs clients de façon appropriée.

Près de la moitié des répondants des intermédiaires fiscaux ont indiqué qu'ils font confiance à l'Agence pour ce qui est de l'accès aux renseignements de leurs clients opérationnels (cotes de 8 à 10) (46 %). Presque autant (44 %) ont fourni une cote neutre [cotes de 4 à 7], tandis que moins de 1 sur 10 (9 %) ont fourni un faible niveau d'accord [cotes de 1 à 3]. Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 7,0 pour les intermédiaires fiscaux.

Tableau 29. Perceptions des renseignements personnels

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 810)

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-3I)	46 %	44 %	9 %	2 %	7,0

B-3. Comment évalueriez-vous l'Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? 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 ».

D'autres comparaisons de sous-groupes parmi les cotes d'accord moyennes comprennent ce qui suit :

- Les personnes vivant en Alberta (7,2), en Ontario (7,0) ou au Québec (7,0) ont fourni des cotes moyennes plus élevées que celles qui vivent au Manitoba ou en Saskatchewan (6,2).
- Les intermédiaires fiscaux qui ont communiqué avec l'Agence en ligne ont attribué une cote plus élevée que ceux qui ont utilisé le téléphone (7,1 contre 6,6).

Égalité et équité

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 sur l'égalité et l'équité. 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 (65 %) avaient un niveau élevé d'accord (cotes de 8 à 10) selon lequel les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à des pénalités égales, peu importe qui elles sont. Près de la moitié des répondants ont convenu que l'Agence suppose que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (49 %). Toutefois, moins d'entre eux ont convenu que l'Agence traite les contribuables de façon équitable (40 %) ou qu'elle offre un traitement égal à tous (40 %).

Tableau 30. Perceptions de l'égalité et de l'équité

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 810)/échantillon fractionné, module de service (n = 393)/module d'observation (417)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à la même pénalité, peu importe qui elles sont. (F-6h)	65 %	26 %	6 %	3 %	7,9
L'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude jusqu'à preuve du contraire. (E-5a)	49 %	39 %	8 %	3 %	7,2
L'Agence traite les contribuables de façon équitable (B-3i).	40 %	43 %	16 %	2 %	6,3
L'Agence traite tout le monde de la même façon. (B-3n)	40 %	40 %	17 %	4 %	6,3

B-3. Comment évalueriez-vous l'Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? 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 ». /F-6. Veuillez indiquer si vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants. 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 ». /E-5. Je vais maintenant vous lire quelques énoncés. Pour chacun des énoncés, 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 ».

Lors de la comparaison des cotes moyennes entre l'égalité et l'équité, les tendances suivantes sont ressorties parmi les sous-groupes pertinents :

- Les répondants vivant au Manitoba et en Saskatchewan étaient beaucoup moins susceptibles d'être d'accord que :
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (6,4 au Canada atlantique, 6,5 au Québec, 6,3 en Ontario, 6,5 en Alberta, 6,4 en Colombie-Britannique par rapport à 5,1 au Manitoba ou en Saskatchewan).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (6,5, 6,6, 6,1, 6,4, 6,5 par rapport à 4,9, respectivement).
- Les intermédiaires fiscaux qui ont communiqué avec l'Agence en ligne avaient tendance à attribuer des cotes plus élevées pour les mesures suivantes que ceux qui ont communiqué par téléphone :
 - L'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (7,5 par rapport à 6,7).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (6,8 par rapport à 5,8).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (6,6 par rapport à 5,9).
- Les intermédiaires fiscaux qui étaient inscrits au service Représenter un client avaient tendance à fournir des cotes moyennes plus élevées pour les mesures suivantes que ceux qui n'étaient pas inscrits :
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (6,6 par rapport à 6,0).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (6,4 par rapport à 5,8).
- Les intermédiaires fiscaux en activité depuis 10 ans ou moins ont fourni des cotes moyennes plus élevées pour les mesures suivantes par rapport à celles qui sont en activité depuis plus de 10 ans :
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (6,5 par rapport à 6,1).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (6,5 par rapport à 6,0).
- Les intermédiaires fiscaux en activité depuis plus de 10 ans ont fourni des cotes plus élevées pour des pénalités égales pour tous les fraudeurs fiscaux par rapport à ceux qui exercent leurs activités depuis 10 ans ou moins (8,4 par rapport à 7,5).

Ouverture et transparence

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 sur l'ouverture et la transparence. 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 avaient un niveau élevé d'accord (cotes de 8 à 10) selon lequel l'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (48 %) et que l'Agence appuie l'accessibilité des produits du gouvernement et du service à la clientèle pour tous (48 %). Les intermédiaires fiscaux étaient deux fois plus susceptibles d'être d'accord (34 %) que l'Agence est transparente quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt, que d'être en désaccord (cotes de 1 à 3) [16 %].

Tableau 31. Perceptions d'ouverture et de transparence

Base : (Intermédiaires fiscaux) échantillon fractionné, module de service (n = 393)/module d'observation (417)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit. (E-5e)	48 %	36 %	11 %	5 %	7,0
L'Agence appuie le fait de rendre les produits du gouvernement et le service à la clientèle accessibles pour tous. (E-5g)	48 %	38 %	12 %	2 %	6,9
L'Agence est transparente avec le public quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt. (F-6i)	34 %	41 %	16 %	9 %	6,2

F-6. Veuillez indiquer si vous êtes d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants. 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 ». /E-5. Je vais maintenant vous lire quelques énoncés. Pour chacun des énoncés, 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 ».

D'autres comparaisons de sous-groupes parmi les cotes d'accord moyennes pour les mesures d'ouverture et de transparence comprennent ce qui suit :

- Les intermédiaires fiscaux qui ont communiqué avec l'Agence en ligne avaient tendance à attribuer des cotes plus élevées pour les mesures suivantes que ceux qui ont interagi par téléphone :
 - L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (7,2 par rapport à 6,5).
 - L'Agence appuie l'accessibilité des produits et des services (7,2 par rapport à 6,3).

- Les intermédiaires fiscaux qui étaient inscrits au service Représenter un client avaient tendance à fournir des cotes moyennes plus élevées pour les mesures suivantes que ceux qui n'étaient pas inscrits :
 - L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (7,3 par rapport à 6,7).
 - L'Agence appuie l'accessibilité des produits et des services (7,3 par rapport à 6,6).
- Les personnes qui vivent au Québec ont fourni des cotes moyennes plus élevées pour la transparence avec le public que celles qui vivent en Colombie-Britannique (6,5 par rapport à 5,6).

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. Près de neuf Canadiens sur dix (89 %) précisaient avoir envoyé une déclaration de revenus des particuliers au cours de la dernière année, tandis qu'un sur dix (10 %) ne l'a pas fait.

Tableau 32. Déclaration de revenus des particuliers produite au cours de la dernière année

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

Production d'une déclaration de revenus des particuliers	Total N = 2 407	ATL N = 262	Qc N = 553	ON/ NU N = 800	MB Sask. N = 263	Alb. T.-N.- O. N = 219	C.-B. Yn N = 310	18 –	25 –	35 –	50 –	65+
								24 N = 134	34 N = 262	49 N = 537	64 N = 649	814 N = 814
Oui	89 %	87 %	94 %	86 %	85 %	89 %	91 %	73 %	86 %	92 %	92 %	91 %
Non	10 %	12 %	6 %	13 %	12 %	11 %	8 %	24 %	12 %	7 %	8 %	8 %
Je ne sais pas/ Refus	1 %	1 %	< 1 %	1 %	2 %	-	1 %	3 %	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 vivant au Québec (94 %) étaient plus susceptibles d'avoir produit des déclarations de revenus des particuliers au cours de la dernière année par rapport à ceux qui vivent au Canada atlantique (87 %), en Ontario (86 %), au Manitoba ou en Saskatchewan (85 %).
- Les taux de production demeurent uniformes dans la plupart des groupes d'âge (86 % des personnes âgées de 25 à 34 ans, 92 % des personnes âgées de 35 à 49 ans, 92 % des personnes âgées de 50 à 64 ans et 91 % des personnes âgées de 65 ans ou plus), bien qu'elles aient chuté de façon drastique chez les plus jeunes (73 % des personnes âgées de 18 à 24 ans).
- Les Canadiens ayant un diplôme universitaire (90 %) ou un diplôme d'une école de métiers ou d'un collège (92 %) ont indiqué avoir produit une déclaration de revenus des

particuliers dans de plus fortes proportions que ceux ayant un diplôme d'études secondaires (84 %).

- Ceux dont le revenu du ménage était de 150 000 \$ ou plus (96 %) étaient plus susceptibles d'avoir produit des déclarations de revenus des particuliers que ceux dont le revenu du ménage était de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (91 %), de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (91 %), ou de moins de 40 000 \$ (84 %).
- 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 (91 % par rapport à 84 %).
- Les Canadiens qui ont communiqué avec l'Agence dans la dernière année avaient produit une déclaration de revenus des particuliers dans une plus large mesure que ceux qui n'ont pas communiqué avec l'Agence (92 % par rapport à 87 %).
- 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 (94 % par rapport à 79 %).

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. Plus des deux tiers des répondants (68 %) avaient reçu de l'aide pour préparer leur déclaration de revenus, tandis que près du tiers (32 %) avaient préparé eux-mêmes leur déclaration.

Tableau 33. 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=2 167)

Production de déclarations de revenus des particuliers	Total N = 2 167	ATL N = 232	Qc N = 521	ON/ NU N = 705	MB Sask. N = 229	Alb. T.-N.- O. N = 199	C.-B. Yn N = 281	18 – 24 N = 97	25 – 34 N = 227	35 – 49 N = 493	50 – 64 N = 597	65+ N = 742
Préparée sans aide	32 %	37 %	26 %	31 %	31 %	36 %	35 %	24 %	35 %	34 %	35 %	26 %
J'ai reçu de l'aide.	68 %	63 %	74 %	68 %	69 %	64 %	65 %	76 %	65 %	66 %	64 %	74 %
Je ne sais pas/ Refus	< 1 %	-	< 1 %	< 1 %	-	-	-	-	-	< 1 %	< 1 %	-

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

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

- Ceux qui vivent au Québec (74 %) ont déclaré avoir reçu de l'aide dans une plus grande mesure que ceux qui vivent au Canada atlantique (63 %), en Ontario (68 %), en Colombie-Britannique (65 %), en Alberta (64 %) ou en Colombie-Britannique (59 %).
- Les Canadiens âgés de 18 à 24 ans (76 %) et ceux âgés de 65 ans ou plus (74 %) se sont démarqués comme étant plus susceptibles d'avoir reçu de l'aide par rapport à ceux de 25 à 34 ans (65 %), de 35 à 49 ans (66 %) ou de 50 ans à 64 (64 %).
- Les femmes étaient plus susceptibles d'avoir reçu de l'aide que les hommes (72 % par rapport à 65 %).
- Les personnes ayant fait des études secondaires (77 %) ou des études dans une école de métiers ou un collège (73 %) étaient plus susceptibles de déclarer avoir reçu de l'aide que celles ayant fait des études universitaires (62 %).
- Dans l'ensemble des différentes tranches de revenu, le fait de recevoir de l'aide pour produire des déclarations de revenus était plus courant chez les Canadiens dont le revenu du ménage était inférieur à 40 000 \$ (77 %) par rapport à ceux qui gagnaient 40 000 \$ à

moins de 80 000 \$ (67 %), 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (63 %), ou 150 000 \$ ou plus (64 %).

- Ceux qui n'étaient pas inscrits au service Mon dossier ont reçu de l'aide dans une plus forte proportion que ceux qui l'étaient (79 % par rapport à 63 %).
- Les Canadiens qui n'ont eu aucune interaction avec l'Agence au cours de la dernière année étaient plus susceptibles d'avoir reçu de l'aide que ceux qui avaient communiqué avec l'Agence (73 % par rapport à 62 %).
- Parmi ceux qui ont interagi avec l'Agence au cours de la dernière année, les répondants qui ont récemment communiqué avec l'Agence par la poste (77 %) ont déclaré avoir reçu de l'aide dans une plus grande mesure que ceux dont la communication a eu lieu par téléphone (65 %) ou en ligne (52 %).

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. Plus de quatre répondants sur cinq (81 %) ont sollicité l'aide d'un préparateur de déclarations de revenus professionnel ou d'un comptable, tandis que près du cinquième (18 %) s'est tourné vers des amis ou des membres de la famille pour obtenir de l'aide. Une petite minorité de répondants (2 %) ont reçu de l'aide dans le cadre d'un programme de bénévoles.

Tableau 34. 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 = 1 484)

Source de l'aide pour produire une déclaration de revenus des particuliers	Total (n = 1 484)	Atlantique (n = 149)	Qc (n = 384)	Ont./ Nt (n = 485)	Man./ Sask. (n = 157)	Alb./ T.N.- O. (n = 129)	C.- B./ Yn (n = 180)	De 18 à 24 ans (n = 75)	De 25 à 34 ans (n = 146)	De 35 à 49 ans (n = 325)	De 50 à 64 ans (n = 386)	65 ans et plus (n = 546)
Préparateur de déclarations de revenus ou comptable	81 %	75 %	78 %	82 %	88 %	79 %	84 %	69 %	79 %	83 %	85 %	80 %
Membre de la famille ou ami	18 %	25 %	21 %	18 %	15 %	15 %	16 %	41 %	19 %	17 %	12 %	17 %
Programme des bénévoles pour aider les gens à remplir leurs déclarations de revenus	2 %	3 %	2 %	2 %	1 %	4 %	3 %	-	2 %	2 %	3 %	3 %
Autre	1 %	1 %	< 1 %	1 %	-	3 %	1 %	-	1 %	1 %	1 %	1 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	1 %	1 %	< 1 %	1 %	-	-	-	-	1 %	1 %	< 1 %	1 %

CG-3. Qui vous a aidé?

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 :

- L'aide d'un professionnel était beaucoup plus fréquente chez les personnes vivant au Manitoba ou en Saskatchewan (88 %) que chez les personnes vivant au Québec (78 %) ou au Canada atlantique (75 %).
- Les répondants vivant au Canada atlantique (25 %) 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 au Manitoba ou en Colombie-Britannique (15 %).
- Les Canadiens âgés de 18 à 24 ans (41 %) 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 (19 %), de 35 à 49 ans (17 %), de 50 à 64 ans (12 %) ou de 65 ans et plus (17 %).
- À l'inverse, les Canadiens âgés de 35 à 49 ans (83 %), de 50 à 64 ans (85 %) ou de 65 ans et plus (80 %) ont sollicité l'aide de professionnels dans de plus fortes proportions que ceux âgés de 18 à 24 ans (69 %).
- Les Canadiens qui ont indiqué être travailleurs indépendants (91 %) ont eu plus tendance à solliciter l'aide de professionnels que ceux qui travaillent à temps plein (84 %), qui sont à la retraite (79 %), qui travaillent à temps partiel (75 %) ou qui sont étudiants (65 %).
- 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 (22 %), qui sont à la retraite (18 %), qui travaillent à temps plein (16 %), ou qui sont travailleurs indépendants (10 %).
- Les Canadiens qui ne sont pas en situation de handicap sont plus susceptibles que ceux qui s'identifient comme ayant un handicap de solliciter l'aide d'un professionnel (82 % par rapport à 73 %).
- Les répondants ayant un revenu de ménage de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (83 %), de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (83 %) ou de 150 000 \$ ou plus (87 %) avaient tendance à recevoir de l'aide d'un professionnel par rapport à ceux qui gagnaient moins de 40 000 \$ (75 %).
- 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 (90 % par rapport à 81 %).
- Ceux qui ont déclaré produire leur déclaration de revenus en ligne étaient beaucoup plus susceptibles de communiquer avec des professionnels que ceux qui ont produit leur déclaration par la poste (82 % par rapport à 67 %). À l'inverse, les Canadiens qui ont produit leurs déclarations par la poste étaient deux fois plus susceptibles de dire qu'ils

ont reçu de l'aide de la part de membres de la famille ou d'amis que ceux qui l'ont fait en ligne (31 % par rapport à 17 %).

- Ceux qui étaient inscrits au service Mon dossier étaient beaucoup plus susceptibles d'avoir reçu de l'aide de la part d'amis ou de membres de la famille que ceux qui n'étaient pas inscrits (21 % par rapport à 13 %).

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 quatre répondants sur cinq (81 %) ont produit leurs déclarations de revenus en ligne, tandis que plus d'un sur dix (12 %) l'ont fait par la poste.

Tableau 35. 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 = 2 167)

Méthode utilisée pour produire une déclaration de revenus	Total N = 2 167	ATL N = 232	Qc N = 521	ON/ NU N = 705	MB Sask. N = 229	Alb. T.-N.- O. N = 199	C.-B. Yn N = 281	18 –	25 –	35 –	50 –	65+
								24 N = 97	34 N = 227	49 N = 493	64 N = 597	
En ligne	81 %	81 %	75 %	83 %	82 %	86 %	80 %	65 %	82 %	86 %	85 %	75 %
Par la poste	12 %	12 %	17 %	10 %	11 %	8 %	14 %	21 %	9 %	8 %	11 %	18 %
Autre façon	3 %	3 %	4 %	3 %	4 %	3 %	3 %	6 %	3 %	3 %	3 %	4 %
Je ne sais pas/ Refus	3 %	4 %	3 %	4 %	3 %	3 %	3 %	8 %	6 %	3 %	1 %	3 %

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

Lors de la comparaison de la méthode de production entre les sous-groupes, les différences notables comprennent ce qui suit :

- 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 (86 % par rapport à 69 %).
- Les répondants vivant au Québec étaient plus susceptibles d'avoir envoyé leur dernière déclaration de revenus par la poste (17 %) que ceux qui habitent au Manitoba ou en Saskatchewan (11 %), en Ontario (10 %) ou en Alberta (8 %).

- Inversement, les personnes qui vivent en Alberta (86 %) ou en Ontario (83 %) ont tendance à produire leur déclaration en ligne par rapport à celles qui vivent au Québec (75 %).
- Les Canadiens ayant un diplôme universitaire (84 %) ou un diplôme d'une école de métiers ou d'un collège (82 %) étaient plus susceptibles d'avoir produit une déclaration de revenus des particuliers en ligne que ceux ayant un diplôme d'études secondaires (73 %).
- À tous les niveaux de revenu, les déclarants en ligne étaient plus susceptibles d'avoir un revenu de ménage de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (80 %), de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (88 %), ou de 150 000 \$ ou plus (90 %) par rapport à ceux qui gagnent moins de 40 000 \$ (72 %).
- 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 (84 % par rapport à 80 %).
- Les Canadiens âgés de 25 à 34 ans (82 %), de 35 à 49 ans (86 %) ou de 50 à 64 ans (85 %) avaient tendance à produire leur déclaration en ligne par rapport à ceux âgés de 18 à 24 ans (65 %) ou de 65 ans ou plus (75 %).
- Les répondants qui travaillent à temps plein (86 %) étaient plus susceptibles de produire leurs déclarations en ligne que ceux qui étaient à la retraite (77 %), qui travaillent à temps partiel (76 %) ou qui étaient étudiants (70 %).
- Les personnes nées au Canada étaient plus susceptibles de produire leur déclaration en ligne que les répondants nés à l'extérieur du Canada (83 % par rapport à 75 %).

Petites et moyennes entreprises (PME)

On a demandé aux PME canadiennes interrogées 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 (42 %) ont déclaré utiliser un service de préparation de déclarations de revenus externe, comparativement à 25 % qui n'utilisaient que des ressources internes pour produire des déclarations de revenus d'entreprise. Près du tiers des entreprises (31 %) ont décrit une approche combinée, consistant à utiliser à la fois des ressources internes et des services externes.

Tableau 36. Approche à l'égard de la production des déclarations de revenus d'entreprise

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Production des déclarations de revenus d'entreprise	Total N = 806	En activité depuis 10 ans ou moins N = 445	En activité depuis plus de 10 ans N = 357	Propriétaire unique N = 396	Partenariat N = 139	Entreprise constituée en société N = 118
J'utilise un service externe de préparation de déclarations de revenus.	42 %	40 %	45 %	41 %	41 %	51 %
J'utilise des ressources internes pour préparer les documents d'impôt.	31 %	35 %	25 %	30 %	39 %	16 %
J'utilise une combinaison de services internes et externes.	25 %	24 %	27 %	26 %	19 %	32 %
Je ne sais pas/Refus	2 %	1 %	3 %	3 %	1 %	1 %

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 Canada atlantique avaient tendance à utiliser exclusivement des services de préparation de déclarations de revenus à l'interne par rapport à celles qui exercent leurs activités en Colombie-Britannique (43 % par rapport à 26 %).
- Ceux qui exercent leurs activités en Colombie-Britannique ont plus couramment utilisé une combinaison de services internes et externes par rapport à ceux qui exercent leurs activités au Québec (32 % par rapport à 19 %).
- Les sociétés de personnes (39 %) et les entreprises à propriétaire unique (30 %) étaient plus susceptibles de compter sur un service de préparation de déclarations de revenus à l'interne par rapport aux entreprises constituées en société (16 %).
- Les entreprises ayant un revenu annuel moyen (de 4 millions de \$ à moins de 250 millions de \$) étaient plus susceptibles d'utiliser des services de préparation de déclarations de revenus à l'interne par rapport à celles ayant un faible revenu (moins de 4 millions de \$) [37 % par rapport à 27 %].

- Celles qui sont en activité depuis 10 ans ou moins ont plus couramment utilisé des ressources internes que celles qui sont en activité depuis plus de 10 ans (35 % par rapport à 25 %).

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 (34 %) ont choisi de toujours préparer leurs déclarations de revenus à l'interne, tandis qu'un tiers (33 %) ont décrit une approche axée sur un service externe. Plus du quart (29 %) ont déclaré utiliser une approche combinée à l'égard de la planification fiscale.

Tableau 37. Approche à l'égard de la planification fiscale

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Approche à l'égard de la planification fiscale	Total N = 806	En activité depuis 10 ans ou moins N = 445	En activité depuis plus de 10 ans N = 357	Propriétaire unique N = 396	Partenariat N = 139	Entreprise constituée en société N = 118
J'utilise des ressources internes pour la planification fiscale.	34 %	37 %	31 %	36 %	36 %	24 %
J'utilise un service externe pour la planification fiscale.	33 %	29 %	37 %	29 %	29 %	42 %
J'utilise une combinaison de services internes et externes.	29 %	31 %	27 %	29 %	33 %	31 %
Je ne sais pas/ Refus	4 %	3 %	5 %	5 %	2 %	3 %

CB-3. 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 exerçant leurs activités au Québec (38 %) avaient tendance à utiliser une approche de planification fiscale externe par rapport à celles qui exercent leurs activités en Colombie-Britannique (28 %) ou au Canada atlantique (21 %).
- Les répondants âgés de 25 à 34 ans (39 %) étaient plus susceptibles d'utiliser une approche combinée pour la planification fiscale que les répondants plus âgés (27 % des répondants âgés de 50 à 64 ans et 25 % des répondants âgés de 65 ans ou plus).
- La planification fiscale à l'interne était beaucoup plus répandue chez les entreprises dont la taille était de 1 à 4 employés par rapport à celles de 5 à 99 employés (37 % par rapport à 29 %).
- Les entreprises constituées en société (42 %) avaient plus tendance à utiliser un service externe pour la planification fiscale que les entreprises à propriétaire unique ou les sociétés de personnes (29 %, respectivement).
- Les entreprises à propriétaire unique ou les sociétés de personnes (36 %, respectivement) recourent à des ressources internes pour préparer les documents d'impôt dans de plus fortes proportions que les entreprises constituées en société (24 %).
- Les entreprises en activité depuis plus de 10 ans étaient plus susceptibles d'utiliser des ressources internes que celles qui sont en activité depuis 10 ans ou moins (37 % par rapport à 29 %).
- Les personnes inscrites au service Mon dossier d'entreprise utilisaient plus couramment une approche combinée que celles qui n'étaient pas inscrites (35 % par rapport à 24 %).

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 a demandé à celles-ci 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 ». Près des trois quarts des PME (70 %) étaient très satisfaites (cotes de 8 à 10), tandis qu'un quart (25 %) ont fourni une cote modérée (cotes de 4 à 7). Très peu (4 %) ont fourni une cote de satisfaction globale de 3 ou moins. La cote de satisfaction globale pour la dernière déclaration de revenus se situe à 7,9.

Tableau 38. Satisfaction globale à l'égard de la dernière expérience de production de déclarations de revenus

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Cote de satisfaction globale	Total N = 806	En activité depuis 10 ans ou moins N = 445	En activité depuis plus de 10 ans N = 357	Propriétaire unique N = 396	Partenariat N = 139	Entreprise constituée en société N = 118
8 – 10	70 %	74 %	66 %	67 %	82 %	47 %
4 – 7	25 %	22 %	29 %	27 %	17 %	41 %
1 – 3	4 %	3 %	5 %	4 %	1 %	11 %
Je ne sais pas	1 %	1 %	1 %	2 %	-	2 %
Moyenne	7,9	8,1	7,8	7,9	8,4	6,9

C-5. Dans l'ensemble, dans quelle mesure étiez-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 que vous êtes « tout à fait insatisfait » et où 10 signifie que vous êtes « tout à fait satisfait ».

Comparativement à leurs homologues démographiques, la satisfaction globale à l'égard de la dernière expérience de production de déclarations de revenus est particulièrement élevée chez :

- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins (8,1 par rapport à 7,8 pour celles en activité depuis plus de 10 ans).
- Les PME qui exercent leurs activités au Québec (8,4 par rapport à 8,0 en Ontario, 7,8 en Colombie-Britannique, 7,4 au Manitoba ou en Saskatchewan, et 7,3 en Alberta).
- Les répondants âgés de 35 à 49 ans (8,4 par rapport à 7,7 pour ceux âgés de 25 à 34 ans, 7,6 pour ceux âgés de 50 à 64 ans et 7,5 pour ceux âgés de 65 ans ou plus).
- Ceux dont l'entreprise employait de 5 à 99 employés (8,4 par rapport à 7,6, pour ceux qui ont moins d'employés).
- Les sociétés de personnes (8,4 par rapport à 7,9, pour les entreprises à propriétaire unique et 6,9, pour les entreprises constituées en société).
- Les entreprises qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,9 par rapport à 5,4 pour celles qui ont évalué le rendement global comme étant médiocre].
- Ceux qui ont interagi avec l'Agence en ligne (8,1 par rapport à 7,5, pour ceux qui ont interagi par téléphone).

Intermédiaires fiscaux

On a également demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens de coter leur niveau 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 ». La moitié des intermédiaires fiscaux interrogés ont indiqué un niveau élevé de satisfaction (cotes de 8 à 10) (50 %), tandis que plus de deux sur cinq [41 %] ont attribué une cote modérée (cotes de 4 à 7). Moins d'un intermédiaire fiscal sur dix (8 %) 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 (7,1).

Tableau 39. Satisfaction globale à l'égard de la dernière expérience de production de déclarations de revenus

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 810)

Cote de satisfaction globale	Total N = 810	En activité depuis 10 ans ou moins N = 427	En activité depuis plus de 10 ans N = 363	Communication au cours des 12 derniers mois N = 506	Aucune communication au cours des 12 derniers mois N = 251
8 – 10	50 %	49 %	50 %	50 %	51 %
4 – 7	41 %	42 %	40 %	40 %	43 %
1 – 3	8 %	8 %	9 %	10 %	5 %
Je ne sais pas	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %
Moyenne	7,1	7,1	7,2	7,1	7,3

C-5. Dans l'ensemble, dans quelle mesure étiez-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 que vous êtes « tout à fait insatisfait » et où 10 signifie que vous êtes « tout à fait satisfait ».

Les intermédiaires fiscaux qui ont évalué 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) (6,8) ou médiocre (cotes de 1 à 3) (4,3).

Les personnes vivant en Ontario (7,3), en Alberta (7,3), au Québec (7,2), au Canada atlantique (7,2) ou en Colombie-Britannique (7,0) étaient plus susceptibles d'accorder des cotes moyennes plus élevées que celles vivant au Manitoba ou en Saskatchewan (6,2).

Les répondants qui étaient inscrits au service Représenter un client avaient tendance à attribuer des cotes moyennes plus élevées que ceux qui n'étaient pas inscrits (7,5 par rapport à 7,0).

Communication avec l'Agence

Population générale

Interaction au cours des 12 derniers mois

On a demandé aux Canadiens s'ils ont eu une interaction directe avec l'Agence au cours des 12 derniers mois. Plus de deux répondants sur cinq (42 %) ont communiqué avec l'Agence. À l'inverse, 57 % n'ont eu aucune forme de communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois.

Tableau 40. Communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

Communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois	Total N = 2 407	ATL N = 262	Qc N = 553	ON/ NU N = 800	MB Sask. N = 263	Alb. T.- N.-O. N = 219	C.-B. Yn N = 310	18 –	25 –	35 –	50 –	
								24 N = 134	34 N = 262	49 N = 537	64 N = 649	65+ N = 814
Oui	42 %	41 %	35 %	43 %	40 %	44 %	51 %	35 %	45 %	45 %	47 %	35 %
Non	57 %	58 %	64 %	56 %	59 %	54 %	48 %	63 %	53 %	54 %	52 %	64 %
Je ne sais pas/ Refus	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	3 %	< 1 %	2 %	2 %	1 %	1 %	1 %

*D-1. Avez-vous interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois? Pensez à toute **interaction directe** que vous avez eue avec l'Agence. Il peut s'agir d'une interaction qui a eu lieu en ligne, par téléphone ou par la poste.*

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

- Les Canadiens qui étaient des travailleurs indépendants (52 %), qui travaillaient à temps partiel (45 %) ou à temps plein (44 %) étaient plus susceptibles d'avoir interagi avec l'Agence que ceux qui étaient à la retraite (35 %).
- Une plus grande proportion d'adultes ayant un diplôme d'études secondaires (67 %) ont déclaré ne pas avoir communiqué avec l'Agence par rapport à ceux qui ont un diplôme d'une école de métiers, d'un collège (55 %) ou d'une formation universitaire (53 %).
- Les répondants âgés de 65 ans ou plus (64 %) étaient plus susceptibles de ne déclarer aucune interaction avec l'Agence par rapport aux répondants âgés de 25 à 34 ans (53 %), de 35 à 49 ans (54 %) ou de 50 à 64 ans (52 %).

- Les Canadiens vivant en Colombie-Britannique (51 %) étaient parmi les plus susceptibles d’avoir interagi avec l’Agence, tandis que ceux du Québec (35 %) étaient les moins nombreux.
- Ceux dont la source de revenus est leur employeur ont eu plus tendance à dire n’avoir eu aucune interaction avec l’Agence que ceux qui sont des propriétaires d’entreprise ou des associés (56 % par rapport à 41 %).
- Ceux dont le revenu du ménage était de 150 000 \$ ou plus (49 %) étaient plus susceptibles de déclarer avoir interagi avec l’Agence par rapport à ceux qui gagnaient 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (41 %), ou moins de 40 000 \$ (41 %).
- Les Canadiens qui étaient inscrits au service Mon dossier étaient près de deux fois plus susceptibles de déclarer interagir avec l’Agence que ceux qui n’étaient pas inscrits (49 % par rapport à 26 %).
- Les répondants qui ont rempli eux-mêmes leur déclaration de revenus des particuliers ont davantage tendance à interagir avec l’Agence que ceux qui ont reçu de l’aide (52 % par rapport à 40 %).

On a demandé aux Canadiens qui ont eu une interaction avec l’Agence au cours des 12 derniers mois de préciser le moyen de communication utilisé. La plupart des interactions ont eu lieu par téléphone (42 %), tandis que plusieurs se rappellent avoir utilisé le portail fiscal Mon dossier de l’Agence (27 %). Près d’un cinquième des Canadiens (17 %) ont communiqué avec l’Agence par la poste, alors que 10 % ont interagi avec l’Agence en ligne. Les communications en personne (1 %), les courriels (1 %) et les télécopies (< 1 %) étaient beaucoup moins courantes.

Tableau 41. 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 = 982)

Moyen de communication avec l'Agence	Total N = 982	ATL N = 104	Qc N = 192	ON/ NU N = 341	MB Sask. N = 108	Alb. T.-N.- O. N = 95	C.-B. Yn N = 142	18 – 24 N = 48	25 – 34 N = 117	35 – 49 N = 229	50 – 64 N = 302	65+ N = 284
Par téléphone	42 %	44 %	50 %	40 %	52 %	42 %	35 %	32 %	40 %	47 %	43 %	42 %
Portail fiscal sécurisé Mon dossier de l'Agence	27 %	26 %	24 %	29 %	19 %	28 %	29 %	30 %	32 %	27 %	25 %	24 %
Par la poste	17 %	16 %	14 %	19 %	13 %	15 %	18 %	18 %	8 %	15 %	18 %	24 %
Pages de l'impôt du site Web Canada.ca	10 %	8 %	7 %	9 %	9 %	13 %	16 %	16 %	17 %	8 %	9 %	7 %
En personne	1 %	1 %	2 %	1 %	2 %	-	1 %	-	-	1 %	1 %	1 %
Par courriel	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	-	1 %	2 %	-	1 %	1 %	1 %
Par télécopieur	< 1 %	-	-	1 %	1 %	-	-	-	1 %	< 1 %	-	-
Autre façon	1 %	3 %	2 %	< 1 %	2 %	-	-	-	2 %	1 %	1 %	< 1 %
Je ne sais pas/ Refus	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	-	2 %	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %

D-2. De quelle façon avez-vous récemment interagi avec l'Agence?

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

- Les interactions par l'intermédiaire de Mon dossier étaient particulièrement élevées chez :
 - Les Canadiens vivant en Ontario (29 % par rapport à 19 % de ceux qui vivent au Manitoba ou en Saskatchewan).
 - Les Canadiens ayant un revenu de ménage de 150 000 \$ ou plus (39 % par rapport à 27 % de ceux qui gagnent de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$, 24 % de ceux qui gagnent de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ et 21 % de ceux qui gagnent moins de 40 000 \$).
 - Les répondants qui ont rempli leur déclaration de revenus des particuliers par eux-mêmes (36 % par rapport à 23 % de ceux qui ont reçu de l'aide).

- Ceux qui vivent au Manitoba ou en Saskatchewan (52 %) ou au Québec (50 %) ont plus souvent communiqué par téléphone que ceux qui vivent en Ontario (40 %) ou en Colombie-Britannique (35 %).
- Les répondants vivant en Colombie-Britannique (16 %) étaient plus susceptibles d’avoir eu un contact par l’intermédiaire des pages sur l’impôt du site Web Canada.ca par rapport à ceux qui vivent en Ontario (9 %) ou au Québec (7 %).
- Les pages sur l’impôt de Canada.ca étaient également une priorité pour les personnes âgées de 24 à 34 ans (17 % par rapport à 8 % des personnes de 35 à 49 ans et 7 % de celles de 65 ans ou plus).
- Les personnes âgées de 50 à 64 ans (18 %) ou de 65 ans ou plus (24 %) avaient tendance à communiquer par la poste, comparativement à celles âgées de 25 à 34 ans (8 %).

Raison de l’interaction

On a demandé aux Canadiens qui avaient interagi avec l’Agence au cours de la dernière année d’en décrire le but. L’impôt sur le revenu des particuliers était une priorité, comme l’ont mentionné deux répondants sur cinq (40 %), tandis que moins d’entre eux affirment que le but de leur interaction la plus récente consistait à fournir des renseignements généraux non liés à la production de déclarations de revenus (18 %), à d’autres prestations ou crédits (16 %) ou des éléments liés à leur service Mon dossier (15 %). De plus, environ un répondant sur dix a demandé des précisions sur les renseignements envoyés par l’Agence (11 %), ou sur une communication liée à une vérification, à un différend ou à un examen (8 %).

Tableau 42. But de la communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (Population générale) Répondants qui avaient interagi avec l'Agence au cours de la dernière année (n = 982)

But de la communication avec l'Agence	Total N = 982	ATL N = 104	Qc N = 192	ON/ NU N = 341	MB Sask. N = 108	Alb. T.- N.-O. N = 95	C.-B. Yn N = 142	18 – 24 N = 48	25 – 34 N = 117	35 – 49 N = 229	50 – 64 N = 302	65+ N = 284
Impôt sur le revenu des particuliers	40 %	27 %	29 %	46 %	37 %	34 %	45 %	34 %	35 %	42 %	43 %	39 %
Renseignements généraux autres que ceux concernant la production de vos déclarations	18 %	21 %	22 %	15 %	16 %	17 %	22 %	25 %	18 %	16 %	19 %	16 %
Autres prestations et crédits	16 %	10 %	15 %	15 %	20 %	21 %	17 %	10 %	22 %	21 %	12 %	13 %
Votre compte en ligne de l'Agence (Mon dossier)	15 %	12 %	19 %	14 %	15 %	19 %	13 %	17 %	17 %	19 %	13 %	13 %
Des précisions au sujet de renseignements fournis par l'Agence	11 %	10 %	10 %	13 %	11 %	11 %	9 %	8 %	14 %	6 %	13 %	15 %
Une vérification, un différend ou un examen	8 %	12 %	9 %	8 %	10 %	6 %	7 %	5 %	7 %	9 %	7 %	11 %
Taxe d'affaires (p. ex., déclaration de la TVH)	2 %	4 %	2 %	1 %	1 %	3 %	1 %	-	3 %	3 %	2 %	< 1 %
Supplément unique à l'Allocation canadienne pour le logement	2 %	5 %	2 %	1 %	1 %	3 %	2 %	13 %	1 %	2 %	-	< 1 %
Prestation dentaire canadienne	1 %	-	2 %	-	1 %	1 %	1 %	-	1 %	1 %	< 1 %	-
Autre	3 %	6 %	3 %	1 %	2 %	6 %	2 %	8 %	3 %	3 %	2 %	2 %
Je ne sais pas/Refus	2 %	2 %	1 %	2 %	1 %	2 %	2 %	2 %	-	3 %	1 %	2 %

D-3. Maintenant, veuillez réfléchir à la raison pour laquelle vous avez interagi avec l'Agence. Votre interaction LA PLUS RÉCENTE était-elle pour...?

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

- Les répondants qui vivent en Ontario (46 %) ou en Colombie-Britannique (45 %) ont tendance à avoir cité des communications liées à leur impôt sur le revenu des particuliers par rapport à ceux qui vivent au Québec (29 %) ou dans la région de l'Atlantique (27 %).
- Les Canadiens qui vivent au Québec ont plus souvent cherché à obtenir des renseignements généraux que ceux qui vivent en Ontario (22 % par rapport à 15 %).
- Les répondants âgés de 25 à 34 ans (22 %) ou de 35 à 49 ans (21 %) avaient tendance à demander des renseignements sur d'autres prestations ou crédits par rapport à ceux âgés de 18 à 24 ans (10 %), de 50 à 64 ans (12 %) ou de 65 ans ou plus (13 %).
- Les femmes étaient plus susceptibles de demander des renseignements sur d'autres prestations ou crédits que les hommes (20 % par rapport à 12 %).
- Les répondants nés au Canada avaient tendance à chercher des renseignements au sujet d'une vérification, d'un différend ou d'un examen par rapport à ceux qui sont nés à l'extérieur du Canada (10 % par rapport à 3 %).
- Ceux dont le revenu du ménage était de 150 000 \$ ou plus étaient plus susceptibles de demander des renseignements liés à l'impôt sur le revenu des particuliers (50 %) par rapport à ceux qui gagnaient de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (36 %) ou moins de 40 000 \$ (35 %).

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 ».

Les trois quarts des répondants avaient un niveau élevé d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que le représentant de l'Agence était professionnel (75 %) et courtois (74 %), mais moins (67 %) estimaient que le représentant de l'Agence avait pris le temps de comprendre leur situation. En ce qui concerne les renseignements, 73 % ont convenu qu'ils étaient exacts, 68 % estimaient qu'ils étaient complets, et six sur dix (60 %) ont dit qu'ils étaient faciles à comprendre. De plus, plus de la moitié de ceux qui ont interagi avec l'Agence ont convenu que le service était rapide (57 %) et facile d'accès (54 %).

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 (8,6).
- Le représentant de l'Agence était professionnel (8,5).
- Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts (8,3)
- Les renseignements que j'ai reçus étaient complets (8,0).

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

- Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation (7,9)
- Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre (7,7)
- Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun (7,3)
- Le service offert par l'Agence était facile d'accès (7,2)

Tableau 43. Perceptions de la satisfaction à l'égard du service

Base : (Population générale) Les répondants qui ont interagi avec l'Agence et qui ont fourni leur méthode de communication avec l'Agence ou ont fourni un but valide pour leur interaction la plus récente (n = 980)³

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	S.O.	SP/RR	Moyenne
Le représentant de l'Agence était professionnel.	75 %	16 %	3 %	4 %	2 %	8,5
Le représentant de l'Agence était poli.	74 %	13 %	4 %	6 %	2 %	8,6
Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	73 %	15 %	7 %	4 %	2 %	8,3
Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	68 %	20 %	9 %	3 %	1 %	8,0
Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	67 %	19 %	11 %	2 %	2 %	7,9
Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	60 %	28 %	9 %	2 %	< 1 %	7,7
Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun	57 %	27 %	13 %	3 %	1 %	7,3
Le service offert par l'Agence était facile d'accès	54 %	30 %	13 %	3 %	1 %	7,2

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

³ Les énoncés en caractères gras se limitent à ceux dont la méthode de communication était par téléphone ou en personne (n = 434)

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.

Le calcul de l'indice de satisfaction à l'égard du service a été élaboré afin de produire une cote globale pour évaluer l'expérience des clients avec les services de l'Agence. Les questions qui composent l'indice de satisfaction à l'égard du service ont été posées à ceux qui ont interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois. L'indice est calculé comme il est indiqué ci-dessous :

Indice de satisfaction à l'égard du service = SOMME DE (« 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 trois Canadiens sur cinq (57 %) ont attribué une cote d'accord élevée (cotes de 8 à 10), tandis que plus du tiers (37 %) 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 7,8 pour les Canadiens.

Tableau 44. Calculs de l'indice de satisfaction à l'égard du service

Base : (Population générale) Les répondants qui ont interagi avec l'Agence et qui ont fourni leur méthode de communication avec l'Agence ou ont fourni un but valide pour leur interaction la plus récente à l'exception de ceux qui ont sélectionné « Non applicable » pour tous les énoncés (n = 978).

Cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service	Total N = 978	ATL N = 102	Qc N = 191	ON/ NU N = 340	MB Sask. N = 108	Alb. T.-N.- O. N = 95	C.-B. Yn N = 142	18 –	25 –	35 –	50 –	65+
								24 N = 48	34 N = 117	49 N = 228	64 N = 300	
8 – 10	57 %	57 %	60 %	58 %	57 %	53 %	56 %	55 %	65 %	59 %	54 %	54 %
4 à < 8	37 %	34 %	37 %	36 %	30 %	41 %	40 %	41 %	29 %	36 %	41 %	38 %
1 à < 4	6 %	9 %	3 %	6 %	13 %	6 %	4 %	3 %	6 %	5 %	5 %	7 %
Je ne sais pas	< 1 %	-	< 1 %	-	-	-	-	-	-	-	-	< 1 %
Moyenne	7,8	7,5	8,1	7,8	7,5	7,7	7,7	7,9	8,0	7,8	7,8	7,7

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 :

- En moyenne, les personnes vivant au Québec ont obtenu des cotes plus élevées que celles qui vivent au Canada atlantique, au Manitoba ou en Saskatchewan (8,1 par rapport à 7,5 respectivement).
- Les répondants qui étaient sans emploi ont obtenu des résultats plus élevés en moyenne que ceux qui travaillaient à temps partiel (8,3 par rapport à 7,4).
- Les répondants nés à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que ceux nés au Canada (8,1 par rapport à 7,7).
- Les cotes de l'indice de satisfaction à l'égard du service sont plus élevées pour ceux dont la communication récente avec l'Agence a eu lieu en ligne (8,0) ou par téléphone (7,8) par rapport à ceux dont la communication a eu lieu par courrier (7,3).
- Les répondants dont le but de la communication la plus récente était lié à des renseignements généraux (8,2), à leur service Mon dossier (8,1), à des précisions sur les renseignements envoyés par l'Agence (7,8) ou à l'impôt sur le revenu des particuliers (7,8) ont fourni des cotes moyennes plus élevées que ceux dont la communication était liée à une vérification, à un différend ou à un examen (6,9).
- Les Canadiens qui ont attribué une bonne cote de rendement global (cotes de 8 à 10) (8,8) ont attribué, en moyenne, une cote de satisfaction à l'égard du service plus élevée que ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) (7,7) ou médiocre (cotes de 1 à 3) (5,7).

Petites et moyennes entreprises (PME)

Interaction au cours des 12 derniers mois

On a demandé aux PME canadiennes interrogées si elles avaient interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois pour une raison quelconque. Près de trois répondants sur cinq (57 %) ont déclaré avoir interagi avec l'Agence par rapport à 38 % qui n'ont eu aucune forme de communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois.

Tableau 45. Interaction avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois	Total N = 806	En activité depuis 10 ans ou moins N = 445	En activité depuis plus de 10 ans N = 357	Propriétaire unique N = 396	Partenariat N = 139	Entreprise constituée en société N = 118
Oui	57 %	63 %	49 %	52 %	64 %	59 %
Non	38 %	33 %	45 %	43 %	29 %	34 %
Je ne me souviens pas	5 %	4 %	6 %	6 %	7 %	7 %

*D-1. Avez-vous interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois? Pensez à toute **interaction directe** que vous avez eue avec l'Agence. Il peut s'agir d'une interaction qui a eu lieu en ligne, par téléphone ou par la poste.*

Par rapport à leurs homologues démographiques, les interactions avec l'Agence étaient particulièrement répandues chez les personnes suivantes :

- Entreprises en activité depuis 10 ans ou moins (63 % par rapport à 49 % de celles en activité depuis plus de 10 ans).
- Répondants âgés de 25 à 34 ans (69 %) ou de 35 à 49 ans (61 % par rapport à 53 % de ceux âgés de 50 à 64 ans et 38 % de ceux âgés de 65 ans ou plus)
- Les hommes (60 % par rapport à 52 % des femmes).
- Entreprises comptant de 5 à 99 employés (69 % par rapport à 48 % de celles ayant moins d'employés).
- Sociétés de personnes (64 % par rapport à 52 % des propriétaires uniques).
- Ceux qui se sont inscrits au service Mon dossier d'entreprise (62 % par rapport à 47 % de ceux qui n'étaient pas inscrits).

On a demandé aux PME canadiennes interrogées qui avaient communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois de préciser le moyen de communication utilisé. Près du tiers des interactions avec l'Agence ont eu lieu au téléphone (32 %), alors que 23 % ont eu lieu par l'intermédiaire de portail du compte Mon dossier d'entreprise. Plus d'un cinquième des entreprises (21 %) ont interagi avec l'Agence par la poste, tandis qu'une entreprise sur dix (14 %) a communiqué par l'intermédiaire des pages sur l'impôt du site Web Canada.ca. D'autres formes d'interaction étaient beaucoup moins courantes.

Tableau 46. Moyen de communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (PME) Répondants qui ont eu une interaction avec l'Agence au cours de la dernière année
(n = 456)

Moyen de communication avec l'Agence	Total N = 456	En activité depuis 10 ans ou moins N = 280	En activité depuis plus de 10 ans N = 175	Propriétaire unique N = 204	Partenariat N = 89	Entreprise constituée en société N = 70
Par téléphone	32 %	29%	37%	35%	37%	39%
Portail fiscal sécurisé Mon dossier d'entreprise de l'Agence	23 %	19%	30%	25%	10%	37%
Par la poste	21 %	26%	13%	17%	25%	16%
Pages de l'impôt du site Web Canada.ca	14 %	15%	13%	14%	11%	9%
En personne	4 %	4%	4%	2%	10%	-
Par télécopieur	4 %	5%	1%	2%	6%	-
Autre	1 %	1%	2%	2%	1%	-
Je ne me souviens pas	1 %	1%	1%	2%	-	-

D-2. De quelle façon avez-vous récemment interagi avec l'Agence?

Les entreprises en activité depuis plus de 10 ans étaient plus susceptibles d'avoir utilisé le portail Mon dossier d'entreprise pour interagir avec l'Agence, par rapport à celles en activité depuis 10 ans ou moins (30 % par rapport à 19 %).

Les entreprises constituées en société avaient tendance à utiliser le portail Mon dossier d'entreprise par rapport aux sociétés de personnes (37 % par rapport à 10 %).

Raison de l'interaction

On a demandé aux entreprises qui avaient eu une interaction avec l'Agence au cours de la dernière année de décrire le but de leurs plus récentes communications. Les résultats étaient mitigés, avec plus d'un tiers des répondants qui ont cité des renseignements liés à Mon dossier d'entreprise (37 %), à la TPS/TVH (36 %) ou à l'impôt des entreprises (36 %). Plus d'un quart des répondants cherchaient des renseignements généraux non liés à la production de déclarations de revenus des entreprises (27 %), tandis que 25 % souhaitaient obtenir des précisions sur les renseignements envoyés par l'Agence. Plus d'un cinquième des entreprises étaient en contact lié à la paie (23 %), tandis qu'un cinquième a mentionné une communication liée à une vérification, à un différend ou à un examen (20 %).

Tableau 47. 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 = 456)

But de la communication avec l'Agence	Total N = 456	En activité depuis 10 ans ou moins N = 280	En activité depuis plus de 10 ans N = 175	Propriétaire unique N = 204	Partenariat N = 89	Entreprise constituée en société N = 70
Votre compte en ligne de l'Agence, Mon dossier d'entreprise	37 %	41 %	31 %	33 %	31 %	36 %
TPS/TVH	36 %	41 %	29 %	34 %	39 %	23 %
Impôt des entreprises	36 %	35 %	38 %	30 %	39 %	34 %
Des renseignements généraux autres que ceux concernant la production de déclarations de revenus des entreprises	27 %	31 %	20 %	26 %	35 %	11 %
Des précisions au sujet de renseignements fournis par l'Agence	25 %	27 %	23 %	22 %	21 %	19 %
Paie	23 %	27 %	18 %	18 %	26 %	14 %
Une vérification, un différend ou un examen	20 %	20 %	18 %	17 %	31 %	6 %
Une autre raison	< 1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	-	1 %
Je ne me souviens pas	< 1 %	< 1 %	-	< 1 %	-	-

D-3. Maintenant, veuillez réfléchir à la raison pour laquelle vous avez interagi avec l'Agence. Votre interaction LA PLUS RÉCENTE était-elle pour...?

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

- Les sociétés de personnes étaient plus susceptibles de déclarer avoir communiqué avec l'Agence pour des raisons liées à la TPS/TVH que les entreprises constituées en société (39 % par rapport à 23 %).
- Les sociétés de personnes (35 %) ou les propriétaires uniques (26 %) étaient à peu près trois fois plus susceptibles de citer des renseignements généraux autres que l'impôt des entreprises que les entreprises constituées en société (11 %).

- Les hommes avaient tendance à décrire les raisons suivantes pour la communication par rapport aux femmes :
 - Impôt des entreprises (40 % par rapport à 30 %)
 - Paie (26 % par rapport à 18 %)
- Ceux qui se sont identifiés comme ayant un handicap avaient tendance à citer Mon dossier d'entreprise par rapport à ceux qui n'avaient pas de handicap (54 % par rapport à 35 %).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d'avoir communiqué avec l'Agence au sujet des éléments suivants :
 - Mon dossier d'entreprise (41 % par rapport à 31 % de ceux qui exercent leurs activités depuis plus de 10 ans)
 - TPS/TVH (41 % par rapport à 29 %)
 - Renseignements généraux (31 % par rapport à 20 %)
 - Paie (29 % par rapport à 18 %)
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles de communiquer avec l'Agence pour les raisons suivantes que celles comptant moins d'employés :
 - Impôt des entreprises (41 % par rapport à 31 %)
 - Renseignements généraux (32 % par rapport à 22 %)
 - Clarification des renseignements (32 % par rapport à 20 %)
 - Paie (34 % par rapport à 13 %)

Satisfaction à l'égard du service

On a demandé aux entreprises qui avaient indiqué avoir eu une interaction avec l'Agence au cours de la dernière année de préciser, en fonction de leur expérience de service, 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 les trois quarts des répondants étaient d'accord (cotes de 8 à 10) que le représentant de l'Agence était courtois (78 %), professionnel (75 %), et 69 % étaient d'avis que le représentant avait pris le temps de comprendre leur situation. En ce qui concerne les renseignements fournis par l'Agence, environ sept répondants sur dix ont convenu que les renseignements fournis étaient complets (73 %), exacts (70 %) et faciles à comprendre (69 %). Les deux tiers ont convenu que le service de l'Agence était en temps opportun (66 %) et qu'il était facile d'y accéder (66 %).

Tableau 48. Perceptions de la satisfaction à l'égard du service

Base : (PME) Les répondants qui ont interagi avec l'Agence au cours de la dernière année et qui ont fourni leur méthode de communication avec l'Agence ou qui ont fourni un but valide pour leur interaction la plus récente (n = 455)⁴

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	S.O.	SP/RR	Moyenne
Le représentant de l'Agence était poli.	78 %	15 %	5 %	1 %	1 %	8,2
Le représentant de l'Agence était professionnel.	75 %	18 %	5 %	-	1 %	8,1
Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	73 %	17 %	8 %	2 %	1 %	8,0
Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	70 %	18 %	6 %	3 %	3 %	8,1
Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	69 %	24 %	5 %	2 %	< 1 %	8,0
Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	69 %	21 %	9 %	-	1 %	7,7
Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun	66 %	23 %	7 %	3 %	< 1 %	7,8
Le service offert par l'Agence était facile d'accès	66 %	22 %	10 %	1 %	< 1 %	7,6

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.

Le calcul de l'indice de satisfaction à l'égard du service a été élaboré afin de produire une cote globale pour évaluer l'expérience des clients avec les services de l'Agence. Les questions qui composent l'indice de satisfaction à l'égard du service ont été posées à ceux qui ont interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois. L'indice est calculé comme il est indiqué ci-dessous :

⁴ Les énoncés en caractères gras se limitent à ceux dont la méthode de communication était par téléphone ou en personne (n = 164)

Indice de satisfaction à l'égard du service = SOMME DE (« 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 les deux tiers des entreprises (66 %) ont attribué une cote d'accord élevée (cotes de 8 à 10), tandis que 27 % ont attribué une cote neutre (cotes de 4 à 7). Seulement 6 % ont donné lieu à une cote d'accord de faible niveau (1 à 3). Le calcul de l'indice de satisfaction à l'égard du service permet d'établir une cote d'accord moyenne de 7,6 pour les PME canadiennes.

Tableau 49. Calculs de l'indice de satisfaction à l'égard du service

Base : (Population générale) Les répondants qui ont interagi avec l'Agence et qui ont fourni leur méthode de communication avec l'Agence ou ont fourni un but valide pour leur interaction la plus récente à l'exception de ceux qui ont sélectionné « Non applicable » pour tous les énoncés (n = 454).

Cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service	Total N = 454	En activité depuis 10 ans ou moins N = 278)	En activité depuis plus de 10 ans N = 175	Propriétaire unique N = 203	Partenariat N = 89	Entreprise constituée en société N = 69)
8 – 10	66 %	71 %	59 %	60 %	73 %	45 %
4 à < 8	27 %	24 %	33 %	33 %	22 %	42 %
1 à < 4	6 %	5 %	9 %	7 %	4 %	13 %
Moyenne	7,6	7,8	7,3	7,3	7,9	6,6

Comparativement à leurs homologues démographiques, les cotes de l'indice de satisfaction à l'égard du service étaient considérablement plus élevées chez les PME dans les sous-groupes suivants :

- Entreprises en activité depuis 10 ans ou moins (7,8 par rapport à 7,3 chez celles en activité depuis 10 ans ou plus).

- Sociétés de personnes (7,9 par rapport à 7,3 chez les propriétaires uniques et 6,6 chez les entreprises constituées en société).
- Entreprises comptant de 5 à 99 employés (8,3 par rapport à 6,9 de celles ayant moins d'employés).
- Répondants sans handicap (7,6 par rapport à 6,8 chez ceux qui s'identifient comme ayant un handicap).
- Entreprises dont la méthode de communication avec l'Agence était par l'intermédiaire du site Web (7,9), Mon dossier d'entreprise (7,6) ou par la poste (8,0 par rapport à 7,0 parmi celles dont la communication a eu lieu par téléphone).
- Ceux dont le but de la communication la plus récente était lié à la paie (8,3 par rapport à 7,8 chez ceux qui ont cité Mon dossier d'entreprise et 7,7 chez ceux qui ont cité la TPS/TVH).

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 de trois quarts des PME (77 %) estiment que leurs besoins ont été satisfaits, tandis que 20 % pensent le contraire.

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

Base : (PME) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n = 456)

Besoins satisfaits lors de la communication avec l'Agence	Total N = 456	En activité depuis 10 ans ou moins N = 280	En activité depuis plus de 10 ans N = 175	Propriétaire unique N = 204	Partenariat N = 89	Entreprise constituée en société N = 70
Oui	77 %	78 %	75 %	78 %	74 %	73 %
Non	20 %	20 %	20 %	18 %	25 %	19 %
Je ne sais pas	3 %	3 %	5 %	3 %	1 %	9 %

D-6a. Avez-vous obtenu ce dont vous aviez besoin lors de cet appel?

Ceux qui étaient inscrits au service Mon dossier d'entreprise étaient plus susceptibles d'avoir vu leurs besoins satisfaits par rapport à ceux qui n'étaient pas inscrits (82 % par rapport à 61 %).

On a ensuite demandé aux répondants qui avaient eu une forme d'interaction avec l'Agence au cours de la dernière année de comparer le niveau de service à la clientèle qu'ils avaient reçu d'autres institutions financières. Plus de deux répondants sur cinq étaient d'avis que l'Agence offrait un meilleur service (41 %) par rapport aux autres institutions financières avec lesquelles ils font affaire ou que le service était à peu près le même (42 %). Moins d'un cinquième des entreprises (16 %) estimaient que le service était pire.

Tableau 51. Le 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 = 456)

Expérience auprès de l'Agence	Total N = 456	En activité depuis 10 ans ou moins N = 280	En activité depuis plus de 10 ans N = 175	Propriétaire unique N = 204	Partenariat N = 89	Entreprise constituée en société N = 70
Meilleure	41 %	49 %	28 %	33 %	53 %	10 %
À peu près la même chose	42 %	41 %	44 %	44 %	40 %	54 %
Pire	16 %	9 %	26 %	21 %	7 %	31 %
Je ne sais pas	2 %	1 %	2 %	2 %	-	4 %

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 téléphone (24 %) ont eu plus tendance que celles qui l'ont fait en ligne à estimer que le service reçu de l'Agence était pire (14 %) que sur les autres lignes téléphoniques.
- 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 (49 % par rapport à 28 %).
- Les sociétés de personnes (53 %) avaient tendance à décrire leur expérience comme étant meilleure que celle des propriétaires uniques (33 %) ou des entreprises constituées en société (10 %).

- Ceux qui comptaient de 5 à 99 employés avaient tendance à évaluer le service de l'Agence comme étant meilleur que ceux qui avaient moins d'employés (56 % par rapport à 26 %).
- Les entreprises exerçant leurs activités au Québec (59 %) ont plus souvent décrit avoir reçu un meilleur service lorsqu'elles traitent avec l'Agence par rapport à d'autres institutions financières que celles qui exercent leurs activités en Ontario (40 %), en Colombie-Britannique (32 %) ou en Alberta (31 %).

Intermédiaires fiscaux

On a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens s'ils avaient interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois pour une raison quelconque. Plus de trois répondants sur cinq (62 %) ont eu un contact avec l'Agence, tandis que 31 % n'ont eu aucune forme de communication au cours des 12 derniers mois.

Interaction au cours des 12 derniers mois

Tableau 52. Interaction avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 810)

Communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois	Total N = 810	En activité depuis 10 ans ou moins N = 427)	En activité depuis plus de 10 ans N = 363)	Inscrit au service Représenter un client N = 216)	Non inscrit au service Représenter un client N = 145
Oui	62 %	65 %	60 %	76 %	50 %
Non	31 %	29 %	33 %	19 %	44 %
Je ne sais pas/Refus	7 %	6 %	7 %	5 %	6 %

*D-1. Avez-vous interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois? Pensez à toute **interaction directe** que vous avez eue avec l'Agence. Il peut s'agir d'une interaction qui a eu lieu en ligne, par téléphone ou par la poste.*

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

- Ceux qui ne sont pas inscrits au service Représenter un client ont eu plus tendance que ceux qui le sont à indiquer n'avoir eu aucune communication avec l'Agence (44 % par rapport à 19 %).
- Les répondants des intermédiaires fiscaux qui ont fourni à l'Agence une bonne cote de rendement global (cotes de 8 à 10) [32 %], ou une cote neutre (cotes de 4 à 7) [33 %]

étaient plus susceptibles de n’avoir aucun contact que ceux qui ont obtenu une cote neutre. Le rendement global a été jugé médiocre (cotes de 1 à 3) [21 %].

On a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens interrogés qui avaient communiqué avec l’Agence au cours des 12 derniers mois de préciser le moyen de communication utilisé. Les interactions étaient les plus susceptibles d’avoir lieu par téléphone (48 %), tandis que plus d’un cinquième ont eu lieu par l’intermédiaire du site Web Canada.ca (22 %). Un autre a16 % a mentionné le service Représenter un client, tandis que près d’une entreprise sur dix (8 %) a communiqué avec l’Agence par la poste. Les communications en personne et par télécopieur étaient beaucoup moins courantes (2 % respectivement).

Tableau 53. 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 = 506)

Moyen de communication avec l’Agence	Total N = 506	En activité depuis 10 ans ou moins N = 279	En activité depuis plus de 10 ans N = 217	Inscrit au service Représenter un client N = 164)	Non inscrit au service Représenter un client N = 73
Par téléphone	48 %	47 %	51 %	45 %	56 %
Pages de l’impôt du site Web Canada.ca	22 %	23 %	21 %	25 %	18 %
Portail fiscal sécurisé Représenter un client de l’Agence	16 %	13 %	20 %	21 %	10 %
Par la poste	8 %	11 %	5 %	5 %	8 %
En personne	2 %	3 %	2 %	3 %	3 %
Par télécopieur	2 %	3 %	1 %	1 %	3 %
Autre	1 %	<1 %	1 %	-	3 %
Je ne me souviens pas	< 1 %	1 %	-	1 %	-

D-2. De quelle façon avez-vous **récemment** interagi avec l’Agence?

Les entreprises en activité depuis plus de 10 ans étaient plus susceptibles d’interagir avec l’Agence par l’intermédiaire du service Représenter un client par rapport à celles en activité depuis 10 ans ou moins (20 % par rapport à 13 %).

Raison de l'interaction

On a demandé aux répondants des intermédiaires fiscaux de préciser le type de client qu'ils représentaient lors de leur plus récente interaction avec l'Agence. Plus de la moitié des répondants ont indiqué qu'ils représentaient un particulier (52 %), suivi d'environ deux répondants sur cinq dont la communication était au nom d'une entreprise (40 %). Les intermédiaires fiscaux agissant au nom d'une succession ou d'une fiducie (4 %), ou d'un organisme de bienfaisance ou à but non lucratif (1 %) étaient beaucoup moins courants.

Tableau 54. Type de client représenté lors 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 = 506)

Type de client représenté	Total N = 506	En activité depuis 10 ans ou moins N = 279	En activité depuis plus de 10 ans N = 217	Inscrit au service Représenter un client N = 164)	Non inscrit au service Représenter un client N = 73
Un particulier	52 %	52 %	53 %	49 %	60 %
Une entreprise	40 %	39 %	41 %	46 %	29 %
Une succession ou une fiducie	4 %	6 %	2 %	4 %	4 %
Un organisme de bienfaisance ou à but non lucratif	1 %	1 %	2 %	1 %	-
Autre	1 %	1 %	1 %	-	3 %
Je ne sais pas	1 %	1 %	< 1 %	-	4 %

D-3a. Veuillez réfléchir au sujet de votre interaction la plus récente avec l'Agence du revenu du Canada. Quel type de client représentiez-vous?

Les répondants qui étaient inscrits au service Représenter un client étaient plus susceptibles d'agir au nom d'une entreprise que ceux qui n'étaient pas inscrits (46 % par rapport à 29 %).

On a demandé aux intermédiaires fiscaux qui avaient eu une interaction avec l'Agence au cours de la dernière année de décrire le but de leurs plus récentes communications. Plus du quart des répondants ont communiqué avec l'Agence au sujet de l'impôt personnel de leur client (29 %) ou de l'impôt des entreprises (27 %). Un peu moins d'entre eux ont déclaré avoir communiqué avec l'Agence au sujet de leur compte Représenter un client (24 %) pour obtenir des renseignements généraux non liés à l'impôt des entreprises (23 %) ou pour obtenir des précisions sur les renseignements envoyés par l'Agence (21 %). Moins d'un cinquième ont été en contact au sujet d'une vérification, d'un différend ou d'un examen (16 %).

Tableau 55. 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 = 506)

But de la communication avec l'Agence	Total N = 506	En activité depuis 10 ans ou moins N = 279	En activité depuis plus de 10 ans N = 217	Inscrit au service Représenter un client N = 164)	Non inscrit au service Représenter un client N = 73
Impôts personnels d'un client	29 %	31 %	27 %	32 %	29 %
Impôt des entreprises	27 %	27 %	28 %	30 %	15 %
Votre compte en ligne de l'Agence, Représenter un client	24 %	25 %	23 %	27 %	25 %
Des renseignements généraux autres que ceux concernant la production de déclarations de revenus des entreprises	23 %	26 %	19 %	20 %	21 %
Des précisions au sujet de renseignements fournis par l'Agence	21 %	24 %	17 %	22 %	19 %
Une vérification, un différend ou un examen	16 %	15 %	19 %	21 %	11 %
Remboursement	< 1 %	-	< 1 %	-	-
Une autre raison	1 %	< 1 %	1 %	1 %	2 %
Je ne me souviens pas	2 %	1 %	2 %	1 %	2 %

D-3. Maintenant, veuillez réfléchir à la raison pour laquelle vous avez interagi avec l'Agence. Votre interaction LA PLUS RÉCENTE était-elle pour...?

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

- Les répondants dont la méthode de communication était par la poste (21 %) ou par téléphone (18 %) étaient plus susceptibles de déclarer interagir avec l'Agence pour résoudre un différend que ceux qui utilisaient le site Web Canada.ca (9 %).
- Les personnes dont la méthode de communication était le service Représenter un client ont plus souvent communiqué avec l'Agence au sujet de l'impôt d'entreprise de leurs clients que celles qui ont communiqué par téléphone (37 % par rapport à 24 %).
- Les intermédiaires fiscaux qui étaient inscrits au service Représenter un client étaient deux fois plus susceptibles d'avoir communiqué avec l'Agence au sujet de l'impôt d'entreprise de leur client que ceux qui n'étaient pas inscrits (30 % par rapport à 15 %).

Satisfaction à l'égard du service

On a demandé aux intermédiaires fiscaux qui ont eu une interaction avec l'Agence de préciser, en fonction de leur expérience de service, 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 ».

La plupart d'entre eux avaient un niveau élevé d'accord (cotes de 8 à 10) que le représentant de l'Agence avait été courtois (61 %) et professionnel (59 %). Bien que près de la moitié des répondants aient estimé que le représentant avait pris le temps de comprendre leur situation (49 %). En ce qui concerne les renseignements fournis par l'Agence, plus de la moitié des répondants étaient tout à fait d'accord pour dire que les renseignements fournis étaient exacts (58 %), faciles à comprendre (56 %) et complets (54 %). Environ la moitié des répondants des intermédiaires fiscaux ont convenu que le service était facile d'accès (48 %) et opportun (47 %).

Tableau 56. Perceptions de la satisfaction à l'égard du service

Base : (intermédiaires fiscaux) Les répondants qui ont interagi avec l'Agence et qui ont fourni leur méthode de communication avec l'Agence ou ont fourni un but valide pour leur interaction la plus récente (n = 505)⁵

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	S.O.	SP/RR	Moyenne
Le représentant de l'Agence était poli.	61 %	30 %	8 %	1 %	< 1 %	7,5
Le représentant de l'Agence était professionnel.	59 %	30 %	10 %	1 %	< 1 %	7,4
Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	58 %	31 %	9 %	1 %	1 %	7,5
Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	56 %	33 %	11 %	< 1 %	< 1 %	7,3
Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	54 %	32 %	12 %	1 %	1 %	7,1
Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	49 %	36 %	13 %	1 %	1 %	6,9
Le service offert par l'Agence était facile d'accès	48 %	36 %	15 %	1 %	1 %	6,8
Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun	47 %	36 %	16 %	1 %	< 1 %	6,7

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.

⁵ Les énoncés en caractères gras se limitent à ceux dont la méthode de communication était par téléphone ou en personne (n = 255)

Le calcul de l'indice de satisfaction à l'égard du service a été élaboré afin de produire une cote globale pour évaluer l'expérience des clients avec les services de l'Agence. Les questions qui composent l'indice de satisfaction à l'égard du service ont été posées à ceux qui ont interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois. L'indice est calculé comme il est indiqué ci-dessous :

Indice de satisfaction à l'égard du service = SOMME DE (« 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

En examinant les cotes de l'indice de satisfaction à l'égard du service, 43 % des intermédiaires fiscaux se situent dans la fourchette de 8 à 10, tandis que près de la moitié (46 %) ont obtenu une cote neutre (cotes de 4 à 7). À peu près 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 6,6 pour les PME canadiennes.

Tableau 57. Calculs de l'indice de satisfaction à l'égard du service

Base : (intermédiaires fiscaux) Les répondants qui ont interagi avec l'Agence et qui ont fourni leur méthode de communication avec l'Agence ou ont fourni un but valide pour leur interaction la plus récente à l'exception de ceux qui ont sélectionné « Non applicable » pour tous les énoncés (n = 505).

Cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service	Total N = 505	En activité depuis 10 ans ou moins N = 278)	En activité depuis plus de 10 ans N = 217	Inscrit au service Représenter un client N = 164)	Non inscrit au service Représenter un client N = 73
8 – 10	43 %	43 %	43 %	51 %	33 %
4 à < 8	46 %	50 %	41 %	41 %	49 %
1 à < 4	11 %	6 %	16 %	9 %	16 %
Je ne sais pas	< 1 %	< 1 %	-	-	1 %
Moyenne	6,6	6,8	6,4	7,0	6,1

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 intermédiaires fiscaux dont l'interaction concernait des renseignements généraux (7,1), des renseignements fiscaux d'entreprise (6,9), leur compte Mon dossier d'entreprise (6,8), l'impôt personnel d'un client (6,7) ou la clarification des renseignements envoyés par l'Agence (6,6) avaient des cotes plus élevées que celles de l'indice de satisfaction à l'égard du service à ceux dont la communication était liée à une vérification, à un différend ou à un examen (5,9).
- Ceux dont la méthode de communication récente était par la poste (7,2) ou en ligne (7,0) avaient tendance à fournir des cotes plus élevées en moyenne par rapport à ceux dont la communication a eu lieu par téléphone (6,3).
- Les intermédiaires fiscaux qui exercent des activités en Ontario (6,9), au Québec (6,7), en Alberta (6,6) ou en Colombie-Britannique (6,6) ont fourni des cotes moyennes plus élevées que celles du Manitoba ou de la Saskatchewan (5,4).

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. Ici, 4 intermédiaires fiscaux sur 5 (80 %) estiment que l'Agence a répondu à leurs besoins, tandis que près d'un cinquième (18 %) n'est pas de cet avis.

Tableau 58. Besoins satisfaits lors de la communication la plus récente parmi les répondants qui ont communiqué avec l'Agence

Base : (Intermédiaires fiscaux) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n = 506)

Besoins satisfaits lors de la communication avec l'Agence	Total N = 506	En activité depuis 10 ans ou moins N = 279	En activité depuis plus de 10 ans N = 217	Inscrit au service Représenter un client N = 164)	Non inscrit au service Représenter un client N = 73
Oui	80 %	86 %	73 %	83 %	74 %
Non	18 %	13 %	25 %	17 %	25 %
Je ne sais pas	1 %	1 %	2 %	-	1 %

D-6a. Avez-vous obtenu ce dont vous aviez besoin lors de cet appel?

En ce qui concerne la satisfaction des besoins avec l'Agence, les constatations liées aux sous-segments comprennent les suivantes :

- 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 (87 % par rapport à 73 %).
- Une plus grande proportion de ceux qui exercent leurs activités en Ontario (87 %) a déclaré que ses besoins avaient été satisfaits par rapport à ceux qui exercent leurs activités au Québec (76 %), dans la région de l'Atlantique (71 %), ou au Manitoba ou en Saskatchewan (68 %).
- Les personnes en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles de croire que leurs besoins étaient satisfaits par rapport à celles qui étaient en activité depuis plus de 10 ans (86 % par rapport à 73 %).

On a ensuite demandé aux répondants qui avaient interagi avec l'Agence au cours de la dernière année de comparer le niveau de service à la clientèle qu'ils avaient reçu d'autres institutions financières. Un répondant sur cinq (26 %) estime que l'Agence offre un meilleur service que les autres institutions financières avec lesquelles il fait affaire. La plupart des intermédiaires fiscaux (53 %) estiment que le service de l'Agence est à peu près semblable, tandis que le cinquième (20 %) sont d'avis qu'il est pire.

Tableau 59. Le 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 = 506)

Expérience auprès de l'Agence	Total N = 506	En activité depuis 10 ans ou moins N = 279	En activité depuis plus de 10 ans N = 217	Inscrit au service Représenter un client N = 164)	Non inscrit au service Représenter un client N = 73
Meilleure	26 %	33 %	18 %	31 %	18 %
À peu près la même chose	53 %	56 %	49 %	51 %	58 %
Pire	20 %	11 %	31 %	18 %	23 %
Je ne sais pas	1 %	< 1 %	2 %	-	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 dont la méthode de communication était par téléphone étaient plus susceptibles d'évaluer le service de l'Agence comme étant pire que ceux qui communiquent en ligne (25 % par rapport à 17 %).
- Les intermédiaires fiscaux en activité depuis plus de 10 ans ont décrit le service comme étant trois fois pire que ceux en activité depuis 10 ans ou moins (31 % par rapport à 11 %).
- Les personnes inscrites au service Représenter un client avaient tendance à décrire le service comme étant meilleur que celles qui n'étaient pas inscrites (31 % par rapport à 18 %).

Exécution des services

Population générale

Énoncés sur la 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 sur cinq (79 %) 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. Moins de la moitié des répondants (45 %) sont d'accord pour dire qu'ils savent comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels ils ont droit.

Tableau 60. 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.	79 %	8 %	3 %	10 %	9,1
Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels j'ai droit.	45 %	34 %	15 %	6 %	6,7

E-5. Je vais maintenant vous lire quelques énoncés. Pour chacun des énoncés, 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 indicateurs de service, les comparaisons entre les sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- Les Canadiens vivant au Canada atlantique (7,2) ou au Québec (7,1) avaient tendance à fournir une cote moyenne plus élevée pour les connaissances sur la façon d'accéder aux prestations et aux crédits fiscaux auxquels ils avaient droit par rapport à ceux qui vivent en Ontario (6,6), au Manitoba ou en Saskatchewan (6,3).
- Les adultes plus âgés (7,1 parmi les personnes âgées de 65 ans ou plus) avaient tendance à fournir une cote moyenne plus élevée pour les connaissances sur la façon d'accéder aux prestations et aux crédits fiscaux par rapport à ceux de 25 à 34 (6,3), de 35 à 49 (6,6) ou de 50 à 64 ans (6,7).

- Une proportion beaucoup plus élevée d'adultes, qui a indiqué avoir produit elle-même sa déclaration de revenus, a eu plus tendance que celle qui a reçu de l'aide à convenir qu'elle sait comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels elle a droit (7,1 par rapport à 6,6).
- Les femmes étaient plus susceptibles de fournir une cote moyenne plus élevée pour savoir comment accéder aux prestations et aux crédits fiscaux auxquels elles avaient droit par rapport aux hommes (7,0 par rapport à 6,5).
- Les Canadiens ayant des études universitaires étaient plus susceptibles de fournir une cote moyenne plus élevée pour savoir comment accéder aux prestations et aux crédits fiscaux auxquels ils avaient droit par rapport à ceux qui avaient un diplôme d'études secondaires (6,9 par rapport à 6,3).
- 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 (9,2 par rapport à 8,8).
 - Ils savaient comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels ils avaient droit (6,9 par rapport à 6,3).
- Comparativement à ceux qui n'ont eu aucune interaction récente avec l'Agence, ceux qui avaient récemment été en contact avec l'Agence étaient plus susceptibles d'être d'accord que :
 - Ils ont été servis dans la langue officielle de leur choix (9,4 par rapport à 8,9).
 - Ils savaient comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels ils avaient droit (7,1 par rapport à 6,4).

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. Plus des deux tiers des répondants (68 %) ont déclaré avoir un compte actif, alors que plus d'un quart (29 %) n'en avait pas.

Tableau 61. 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 = 138	Qc N = 271	ON/ NU N = 399	MB Sask. N = 137	Alb. T.-N.- O. N = 103	C.-B. Yn N = 154	18 – 24 N = 69	25 – 34 N = 119	35 – 49 N = 266	50 – 64 N = 329	65+ N = 412
Oui	68 %	72 %	68 %	69 %	77 %	62 %	67 %	56 %	87 %	78 %	68 %	54 %
Non	29 %	26 %	30 %	29 %	16 %	36 %	29 %	41 %	12 %	19 %	30 %	42 %
Je ne sais pas/ Refus	3 %	2 %	2 %	3 %	8 %	2 %	4 %	3 %	1 %	3 %	3 %	4 %

E-6. Êtes-vous inscrit au service en ligne Mon dossier de l'Agence? Ce service vous permet entre autres de faire le suivi de votre remboursement, de voir 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, de vous inscrire au dépôt direct et de recevoir votre courrier en ligne.

Dans les différents groupes démographiques, les sous-ensembles suivants étaient beaucoup plus susceptibles de dire qu'ils étaient inscrits à Mon dossier par rapport à leurs homologues démographiques :

- Ceux qui ont eu un contact avec l'Agence au cours des 12 derniers mois (81 % par rapport à 60 % de ceux qui n'en ont pas eu).
- Les Canadiens qui ont communiqué avec l'Agence en ligne au cours de la dernière année (93 % par rapport à 81 % de ceux qui ont interagi par téléphone et 65 % de ceux qui ont eu une communication par la poste).
- Les Canadiens vivant au Manitoba ou en Saskatchewan (77 % par rapport à 62 % pour ceux vivant en l'Alberta).
- Répondants qui s'identifient comme n'en ayant pas de handicap (70 % par rapport à 59 % qui s'identifient comme ayant un handicap).
- Les Canadiens dont le revenu du ménage est de 100 000 \$ ou plus (82 % par rapport à 54 % de ceux qui gagnent moins de 40 000 \$ et 72 % de ceux qui gagnent entre 40 000 \$ et moins de 100 000 \$).
- Les répondants qui ont déclaré produire leur déclaration de revenus eux-mêmes (83 % par rapport à 67 % de ceux qui ont reçu de l'aide).

- Les personnes âgées de moins de 65 ans (73 % par rapport à 54 % des personnes âgées de 65 ans ou plus).
- Les Canadiens qui ont fait des études universitaires (78 % par rapport à 67 % de ceux qui ont un diplôme d'une école de métiers ou d'un collège et 49 % de ceux qui ont un diplôme d'études secondaires).

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 leur déclaration 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, « extrêmement confiant ».

Plus de deux cinquièmes des PME (44 %) ont indiqué un niveau élevé de confiance (cotes de 8 à 10), tandis qu'environ le quart (26 %) a indiqué un niveau modéré de confiance (cotes de 4 à 7). Toutefois, 29 % 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. Cela donne lieu à une cote de confiance moyenne de 6,2.

Tableau 62. 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 = 187)⁶

Cote de confiance	Total N = 187	En activité depuis 10 ans ou moins N = 97	En activité depuis plus de 10 ans N = 90	Propriétaire unique N = 100	Partenariat N = 25	Entreprise constituée en société N = 33)
8 – 10	44 %	58 %	30 %	36 %	68 %	12 %
4 – 7	26 %	24 %	29 %	32 %	8 %	36 %
1 – 3	29 %	19 %	40 %	31 %	24 %	52 %
Je ne sais pas	1 %	-	1 %	1 %	-	-
Moyenne	6,2	7,1	5,3	5,8	7,3	4,2

E-1. Vous avez indiqué plus tôt que vous aviez utilisé un service de préparation de déclarations de revenus externe. Quel serait votre niveau de confiance si on vous demandait de préparer et de soumettre les déclarations pour votre

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

entreprise sans 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 de contact lors des interactions avec l'Agence

On a ensuite demandé aux entreprises de décrire comment elles préféreraient recevoir le service ou les renseignements lors de différentes circonstances quand elles traitent avec l'Agence. Lorsqu'il s'agit de recevoir des renseignements de base, la visite des pages sur l'impôt du site Web Canada.ca est la mieux classée, selon 34 % des répondants. Près d'un cinquième (18 %) préférerait communiquer avec l'Agence par téléphone, tandis qu'un sur dix choisirait une fonction de clavardage en ligne (11 %) ou l'envoi d'un courriel à l'Agence (10 %) pour obtenir des renseignements de base. Les autres mentions étaient inférieures à ce seuil.

Tableau 63. Source de service privilégiée pour des renseignements de base

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n = 415)

Source privilégiée pour des renseignements de base	Total N = 415	En activité depuis 10 ans ou moins N = 230	En activité depuis plus de 10 ans N = 185	Propriétaire unique N = 214	Partenariat N = 63	Entreprise constituée en société N = 63
Consulter les pages de l'impôt du site Web Canada.ca	34 %	30 %	40 %	38 %	16 %	54 %
Communiquer avec l'Agence par téléphone	18 %	18 %	18 %	18 %	24 %	10 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	11 %	13 %	8 %	14 %	8 %	5 %
Envoyer un courriel à l'Agence	10 %	10 %	10 %	9 %	16 %	11 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	8 %	8 %	8 %	6 %	11 %	6 %
Demander au conseiller financier ou au comptable de communiquer avec l'Agence	7 %	8 %	6 %	6 %	5 %	8 %
Envoyer une lettre à l'Agence	5 %	7 %	3 %	4 %	14 %	2 %
Envoyer une télécopie à l'Agence	4 %	5 %	3 %	2 %	6 %	-
Je ne sais pas	2 %	2 %	3 %	3 %	-	5 %

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

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

- La préférence pour l'obtention de renseignements généraux par l'intermédiaire des pages fiscales du site Web Canada.ca était plus forte chez les entreprises en activité depuis plus de 10 ans par rapport à celles en activité depuis 10 ans ou moins (40 % par rapport à 30 %).
- Les entreprises constituées en société (54 %) et les propriétaires uniques (38 %) étaient également plus susceptibles de préférer visiter le site Web Canada.ca pour obtenir des renseignements généraux par rapport aux sociétés de personnes (16 %).
- Les sociétés de personnes, à leur tour, ont tendance à préférer communiquer avec l'Agence par téléphone par rapport aux entreprises constituées en société (24 % par rapport à 10 %).

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. Dans ces circonstances, la principale réponse a été de communiquer avec l'Agence par téléphone, comme l'ont sélectionné près de deux PME sur cinq (38 %). La fonction de clavardage en ligne (13 %), les courriels (12 %) ou le fait de demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence (10 %) constituaient un volet secondaire, sélectionné par au moins une personne sur dix, tandis que d'autres sources étaient mentionnées par moins de personnes.

Tableau 64. Source privilégiée de service ou de renseignements pour obtenir des précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n = 415)

Source privilégiée pour obtenir des précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence	Total N = 415	En activité depuis 10 ans ou moins N = 230	En activité depuis plus de 10 ans N = 185	Propriétaire unique N = 214	Partenariat N = 63	Entreprise constituée en société N = 63
Communiquer avec l'Agence par téléphone	38 %	35 %	43 %	41 %	33 %	49 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	13 %	15 %	10 %	14 %	10 %	11 %
Envoyer un courriel à l'Agence	12 %	13 %	11 %	14 %	8 %	10 %
Demander au conseiller financier ou au comptable de communiquer avec l'Agence	10 %	8 %	13 %	12 %	8 %	11 %
Consulter les pages de l'impôt du site Web Canada.ca	9 %	8 %	10 %	7 %	13 %	13 %
Envoyer une lettre à l'Agence	8 %	10 %	7 %	3 %	21 %	2 %
Envoyer une télécopie à l'Agence	4 %	5 %	2 %	3 %	2 %	2 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	3 %	4 %	2 %	1 %	6 %	-
Je ne sais pas	2 %	2 %	3 %	3 %	-	3 %

E-2. Vous verrez maintenant des situations où vous pourriez avoir à traiter avec l'Agence. Pour chacune d'entre elles, 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.

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 étaient plus susceptibles de manifester leur intérêt à communiquer avec l'Agence par téléphone que les hommes (45 % par rapport à 33 %).
- Les entreprises qui ont été décrites comme des sociétés de personnes (21 %) étaient plus susceptibles de communiquer avec l'Agence par la poste lorsqu'il s'agit d'obtenir des précisions par rapport aux propriétaires uniques (3 %) ou aux entreprises constituées en société (2 %).
- Les entreprises comptant de 1 à 4 employés étaient plus susceptibles de choisir de communiquer avec l'Agence par téléphone que celles de 5 à 99 employés (43 % par rapport à 31 %).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés avaient tendance à choisir de communiquer avec l'Agence par la poste par rapport à celles qui avaient moins d'employés (17 % par rapport à 3 %).

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. Plus du tiers des PME (34 %) ont précisé qu'elles préféreraient communiquer avec l'Agence par téléphone. Près d'un cinquième des entreprises préféreraient demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence (17 %) ou de consulter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca (15 %). Plus d'une personne sur dix communiquerait avec l'Agence par courriel (11 %), tandis que moins de personnes communiqueraient avec l'Agence par la poste (7 %) ou utiliseraient une fonction de clavardage en ligne (6 %). D'autres mentions comprennent l'envoi d'une télécopie à l'Agence (4 %) ou la communication avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux (3 %).

Tableau 65. 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 = 415)

Source privilégiée pour obtenir de l'aide concernant une situation fiscale personnelle	Total N = 415	En activité depuis 10 ans ou moins N = 230	En activité depuis plus de 10 ans N = 185	Propriétaire unique N = 214	Partenariat N = 63	Entreprise constituée en société N = 63
Communiquer avec l'Agence par téléphone	34 %	31 %	37 %	40 %	29 %	35 %
Demander au conseiller financier ou au comptable de communiquer avec l'Agence	17 %	16 %	18 %	22 %	10 %	19 %
Consulter les pages de l'impôt du site Web Canada.ca	15 %	12 %	18 %	12 %	16 %	24 %
Envoyer un courriel à l'Agence	11 %	13 %	9 %	10 %	21 %	10 %
Envoyer une lettre à l'Agence	7 %	8 %	5 %	5 %	11 %	5 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	6 %	7 %	5 %	6 %	5 %	5 %
Envoyer une télécopie à l'Agence	4 %	5 %	3 %	1 %	5 %	-
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	3 %	4 %	2 %	1 %	2 %	-
Je ne sais pas	3 %	4 %	3 %	4 %	3 %	3 %

*E-2. Vous verrez maintenant des situations où vous pourriez avoir à traiter avec l'Agence. Pour chacune d'entre elles, indiquez comment vous SOUHAITERIEZ recevoir le service ou les renseignements de l'Agence, si vous aviez besoin d'aide pour une situation fiscale personnelle (**intermédiaires fiscaux** : pour un client), comme les impôts dus sur un héritage.*

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

- Les entreprises qui ont recours à des ressources internes pour produire leurs déclarations de revenus ont eu plus tendance à sélectionner la visite des pages d'impôts sur le site Web Canada.ca que celles qui utilisent un service externe de préparation de déclarations de revenus (39 % par rapport à 27 %).
- Les femmes ont eu plus tendance que les hommes à sélectionner l'envoi d'un courriel à l'Agence (39 % par rapport à 29 %).
- Les propriétaires uniques avaient tendance à choisir de demander à un conseiller financier ou à un comptable par rapport aux sociétés de personnes (22 % par rapport à 10 %).
- Les sociétés de personnes étaient deux fois plus susceptibles de préférer envoyer un courriel à l'Agence que les propriétaires uniques (21 % par rapport à 10 %).
- Les entreprises comptant de 1 à 4 employés étaient plus susceptibles de choisir de communiquer avec l'Agence par téléphone que celles de 5 à 99 employés (39 % par rapport à 25 %).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés avaient tendance à choisir de communiquer avec l'Agence par la poste par rapport à celles qui avaient moins d'employés (10 % par rapport à 3 %).

Confiance à l'égard du règlement des désaccords fiscaux

On a demandé aux PME 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, « extrêmement confiant ».

Environ la moitié des PME (52 %) étaient très confiantes (cotes de 8 à 10) qu'elles seraient en mesure de résoudre un désaccord en lien avec leur impôt d'entreprise, tandis que 31 % ont fourni un niveau de confiance modéré (cotes de 4 à 7). Plus de 1 répondant sur 10 (13 %) s'est dit peu confiant (cotes de 1 à 3) que le problème serait réglé. Ce résultat représente une cote de confiance moyenne de 7,0.

Tableau 66. Confiance perçue à l'égard du règlement des désaccords fiscaux avec l'Agence

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n = 415)

Cote de confiance	Total N = 415	En activité depuis 10 ans ou moins N = 230	En activité depuis plus de 10 ans N = 185	Propriétaire unique N = 214	Partenariat N = 63	Entreprise constituée en société N = 63
8 – 10	52 %	61 %	41 %	42 %	76 %	21 %
4 – 7	31 %	27 %	35 %	38 %	11 %	49 %
1 – 3	13 %	9 %	19 %	15 %	11 %	24 %
Je ne sais pas	4 %	3 %	5 %	6 %	2 %	6 %
Moyenne	7,0	7,5	6,3	6,6	7,8	5,4

E-3. Si vous aviez un désaccord avec l'Agence au sujet [PME : de vos impôts d'entreprise] [Intermédiaires fiscaux : des impôts d'un client ou d'une entreprise], dans quelle mesure êtes-vous confiant que la situation se réglerait? 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.

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

- Les cotes de confiance moyennes étaient plus élevées parmi les entreprises exploitées au Québec (7,8) que celles en Ontario (7,0), en Colombie-Britannique (7,0) ou en Alberta (6,5).
- Les intermédiaires fiscaux en activité depuis 10 ans ou moins ont attribué une cote de confiance moyenne plus élevée que ceux en activité depuis plus de 10 ans (7,5 par rapport à 6,3).
- Les sociétés de personnes (7,8) étaient plus susceptibles de fournir une cote de confiance moyenne plus élevée que les propriétaires uniques (6,6) ou les entreprises constituées en société (5,4).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles de fournir une cote de confiance moyenne plus élevée que celles comptant moins d'employés (7,9 par rapport à 6,4).

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 de la moitié des intermédiaires fiscaux (51 %) ont indiqué un niveau élevé de confiance (cotes de 8 à 10), tandis que plus du tiers (35 %) 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. Ce résultat représente une cote de confiance moyenne de 7,0.

Tableau 67. 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 = 415)

Cote de confiance	Total N = 415	En activité depuis 10 ans ou moins N = 230	En activité depuis plus de 10 ans N = 185	Propriétaire unique N = 214	Partenariat N = 63	Entreprise constituée en société N = 63
8 – 10	51 %	60 %	39 %	43 %	76 %	17 %
4 – 7	35 %	30 %	42 %	42 %	16 %	51 %
1 – 3	12 %	7 %	18 %	12 %	6 %	27 %
Je ne sais pas	3 %	4 %	1 %	3 %	2 %	5 %
Moyenne	7,0	7,6	6,4	6,8	8,1	5,2

E-4. Si vous aviez un désaccord avec l'Agence au sujet [PME : de vos impôts d'entreprise][Intermédiaires fiscaux : des impôts d'un client ou d'une entreprise], 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 au Québec (8,0) ont fourni des cotes de confiance moyennes plus élevées pour un processus équitable tout en réglant les désaccords par rapport à celles de l'Ontario (7,0), de la Colombie-Britannique (6,9) ou de l'Alberta (6,1).
- Les entreprises dont la plus récente communication avec l'Agence s'est déroulée par la poste avaient tendance à fournir une cote moyenne plus élevée que celles qui ont utilisé le service en ligne (7,9 par rapport à 6,9).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins ont attribué une cote de confiance moyenne plus élevée que ceux en activité depuis plus de 10 ans (7,6 par rapport à 6,4).
- Les sociétés de personnes (8,1) étaient plus susceptibles de fournir une cote de confiance plus élevée que les propriétaires uniques (6,8) ou les entreprises constituées en société (5,2).

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 ».

Les trois quarts des PME (76 %) 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 répondants ont convenu que l'Agence offre des services en ligne qui répondent à leurs besoins (55 %) et qu'ils savent comment accéder aux prestations et aux crédits fiscaux auxquels leur entreprise a droit (51 %). Près de la moitié des répondants a déclaré se sentir bien informée des services que l'Agence a à offrir (49 %).

Tableau 68. Perceptions du service

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n = 415)

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.	76 %	15 %	4 %	5 %	8,5
L'Agence offre des services en ligne qui répondent à vos besoins.	55 %	34 %	8 %	3 %	7,3
Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mon entreprise a droit.	51 %	35 %	10 %	3 %	7,0
Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence.	49 %	37 %	12 %	2 %	6,9

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

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

- Les PME qui ont utilisé des ressources internes pour produire leurs déclarations de revenus d'entreprise ont fourni des cotes d'accord moyennes plus élevées pour les mesures suivantes par rapport à celles qui utilisent un service de préparation de déclarations de revenus externe :
 - Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mon entreprise a droit (7,5 par rapport à 6,4).
 - Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence (7,4 par rapport à 6,7).

- Pour les indicateurs suivants, les entreprises en activité depuis moins de 10 ans ont attribué une cote d'accord moyenne plus élevée que celles en activité depuis 10 ans ou plus :
 - L'Agence offre des services en ligne qui répondent à vos besoins (7,8 par rapport à 6,8).
 - Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mon entreprise a droit (7,5 par rapport à 6,4).
 - Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence (7,5 par rapport à 6,2).
- Ceux qui ont récemment communiqué avec l'Agence ont fourni des cotes d'accord moyennes plus élevées lorsqu'on leur a demandé s'ils se sentaient bien informés au sujet des services que l'Agence a à offrir par rapport à ceux qui n'ont pas eu de contact (7,3 par rapport à 6,5).
- Les entreprises exerçant leurs activités en Ontario avaient tendance à fournir une cote d'accord moyenne plus élevée pour avoir été servies dans la langue officielle de leur choix par rapport à celles qui exercent leurs activités en Alberta (8,7 par rapport à 8,0).
- Les entreprises exerçant leurs activités au Québec étaient plus susceptibles de fournir des cotes d'accord moyennes plus élevées pour les énoncés de service suivants que celles qui se trouvent en Ontario, en Alberta ou en Colombie-Britannique :
 - Je comprends comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mon entreprise a droit (8,1 par rapport à 6,8, 6,3 et 7,0).
 - Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence (7,7 par rapport à 6,9, 6,4 et 6,9).

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. La plupart des PME (62 %) avaient un compte Mon dossier d'entreprise, tandis que près d'une PME sur trois (29 %) n'en avait pas. En revanche, seulement 9 % ont indiqué qu'elles n'étaient pas certaines d'être inscrites au portail fiscal sécurisé de l'Agence, ou ont refusé de répondre.

Tableau 69. Inscription au service en ligne Mon dossier d'entreprise de l'Agence

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n = 415)

Inscription à Mon dossier d'entreprise	Total N = 415	En activité depuis 10 ans ou moins N = 230	En activité depuis plus de 10 ans N = 185	Propriétaire unique N = 214	Partenariat N = 63	Entreprise constituée en société N = 63
Oui	62 %	61 %	63 %	57 %	63 %	78 %
Non	29 %	33 %	24 %	31 %	32 %	11 %
Je ne sais pas/ Refus	9 %	6 %	13 %	12 %	5 %	11 %

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

Parmi les entreprises, les plus susceptibles d'être inscrites au portail fiscal sécurisé Mon dossier d'entreprise comprenaient :

- Les répondants âgés de 25 à 34 ans (79 % par rapport à 62 % de ceux âgés de 35 à 49 ans, 59 % de ceux âgés de 50 à 64 ans et 58 % de ceux âgés de 65 ans ou plus).
- Les répondants qui ne s'identifient pas comme ayant un handicap (64 % par rapport à 48 % de ceux qui en ont).
- Entreprises constituées en société (79 % par rapport à 57 % des propriétaires uniques).

On a demandé aux entreprises canadiennes 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. Un quart des entreprises (27 %) ont mentionné l'accès à l'information, dont 14 % qui ont indiqué la nécessité d'obtenir des précisions sur les renseignements reçus de l'Agence. Un autre 20 % a mentionné la « commodité » pour communiquer avec l'Agence par téléphone. De plus, au moins un répondant sur dix a mentionné des préoccupations en matière de sécurité ou de protection des renseignements personnels en utilisant le portail en ligne (14 %), ou des difficultés à accéder au portail en ligne (12 %). Les mentions supplémentaires comprenaient divers besoins en matière de services (18 %).

Tableau 70. 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 = 51)

Raisons de l'appel	Total N = 51
Renseignements (réseau)	27 %
Il est beaucoup plus facile d'obtenir ou de rassembler les bons renseignements	8 %
Je n'ai pas pu obtenir les bons renseignements au moyen de Mon dossier d'entreprise	2 %
Je n'ai pas pu trouver de réponses sur le site Web	2 %
Taxes/renseignements fiscaux	2 %
Précisions (sous-réseau)	14 %
Je voulais des précisions approfondies sur des demandes de renseignements ou des réponses claires	12 %
Meilleure compréhension ou plus d'explications	2 %
Commodité (réseau)	20 %
C'était plus pratique, plus facile ou plus simple	8 %
J'aime mieux parler à un humain qu'utiliser un service en ligne ou une fonction de clavardage	8 %
Je veux une transaction plus rapide	4 %
Divers (réseau)	18 %
Besoin d'aide immédiate/résolution immédiate des problèmes	10 %
C'est plus efficace ou efficient	6 %
Ne répond pas aux courriels	2 %
Sécurité ou protection des renseignements personnels (réseau)	14 %
La question concerne des factures, un paiement ou des affaires financières	8 %
Demande de renseignements délicate et nécessitant une attention personnelle (impôts, entreprise, prestations, etc.)	6 %
Accès (réseau)	12 %
J'ai de la difficulté à accéder au site ou mon compte a été verrouillé	10 %
Employé en congé	2 %
Autre	8 %
Je ne sais pas/Refus	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][Intermédiaires fiscaux : 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. La plupart (56 %) ont indiqué assumer la responsabilité de lire et de traiter les lettres reçues de l'Agence. Plus du tiers (36 %) ont indiqué qu'ils lisaient habituellement la lettre personnellement et qu'ils la remettaient à leur comptable ou à leur secteur des finances pour qu'il la traite. Moins d'entreprises ont déclaré avoir transmis immédiatement des lettres reçues de l'Agence à leur comptable ou à leur secteur des finances sans les lire personnellement (6 %).

Tableau 71. Processus de réception des lettres de l'Agence adressées à l'entreprise

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n = 415)

Processus de réception d'une lettre	Total N = 415	En activité depuis 10 ans ou moins	En activité depuis plus de 10 ans	Entreprise à propriétaire unique (n = 214)	Société de personnes (n = 63)	Entreprise constituée en société
Je la lirais et m'en occuperais moi-même	56 %	57 %	56 %	62 %	54 %	57 %
Je la lirais et la donnerais à mon comptable ou à mon service financier pour qu'il s'en occupe	36 %	34 %	39 %	32 %	40 %	37 %
Je la donnerais à mon comptable ou à mon service financier sans la lire	6 %	7 %	3 %	3 %	5 %	5 %
Je ne sais pas/Refus	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %

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

On a demandé aux répondants qui remettraient la lettre de l'Agence à leur comptable s'ils avaient un ou plusieurs employés dédiés qui traitaient avec l'Agence. Environ deux entreprises sur cinq (40 %) avaient du personnel spécialisé pour traiter avec l'Agence au nom de l'organisation, tandis que 57 % n'en avaient pas.

Tableau 72. 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 = 174)⁷

Employés dédiés qui traitent avec l'Agence	Total (n = 174)	En activité depuis 10 ans ou moins	En activité depuis plus de 10 ans	Entreprise à propriétaire unique (n = 76)	Société de personnes (n = 28)	Entreprise constituée en société
Oui	40 %	43 %	37 %	33 %	57 %	27 %
Non	57 %	55 %	61 %	64 %	43 %	65 %
Je ne sais pas/Refus	2 %	2 %	3 %	3 %	-	8 %

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. Parmi les services compris, les services bancaires en ligne (70 %) étaient les plus susceptibles d'être utilisés fréquemment, suivis des paiements en ligne (59 %). Pas tout à fait la moitié des PME canadiennes interrogées ont également déclaré recevoir des factures par voie électronique (46 %) ou faire des achats en ligne (45 %) sur une base fréquente. Plus de deux entreprises sur cinq effectuent fréquemment l'envoi de factures par voie électronique (42 %), tandis que plus d'un tiers maintiennent fréquemment le site Web d'une entreprise (39 %), ainsi que l'envoi ou la réception de transferts électroniques (38 %).

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

Tableau 73. Fréquence d'exécution d'activités opérationnelles en ligne

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n = 415)

Fréquence des activités opérationnelles	Fréquemment	Parfois	Rarement	Jamais	Je ne sais pas
Services bancaires en ligne	70 %	20 %	6 %	3 %	
Effectuer des paiements en ligne	59 %	29 %	7 %	4 %	
Recevoir des factures par voie électronique	46 %	33 %	13 %	7 %	1 %
Faire des achats en ligne	45 %	39 %	10 %	5 %	
Envoyer des factures par voie électronique	42 %	28 %	15 %	13 %	1 %
Maintenir un site Web d'entreprise	39 %	20 %	12 %	27 %	1 %
Envoyer ou recevoir des transferts d'argent électronique (virements électroniques)	38 %	36 %	17 %	9 %	-

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 :

- Les femmes avaient tendance à déclarer faire des achats en ligne dans une plus grande mesure que les hommes (51 % par rapport à 41 %).
- Les entreprises en activité depuis plus de 10 ans exécutent plus fréquemment les activités suivantes que celles en activité depuis 10 ans ou moins :
 - Utiliser des services bancaires en ligne (76 % contre 65 %).
 - Envoyer ou recevoir des transferts électroniques de fonds (44 % par rapport à 33 %).
 - Recevoir des factures par voie électronique (54 % par rapport à 40 %);
- 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 :
 - Utiliser des services bancaires en ligne (73 % par rapport à 63 %).
 - Maintenir un site Web d'entreprise (47 % contre 28 %).

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

On a demandé aux entreprises si elles avaient déjà consulté le site Web Canada.ca pour obtenir des renseignements liés aux impôts. Plus des deux tiers des PME (71 %) ont indiqué avoir consulté le site pour y chercher des renseignements liés aux impôts, tandis qu'un quart ne l'a pas fait.

Tableau 74. 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 = 415)

Déjà consulté le site Web Canada.ca	Total (n = 415)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 230)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 185)	Entreprise à propriétaire unique (n = 214)	Société de personnes (n = 63)	Entreprise constituée en société (n = 63)
Oui	71 %	73 %	70 %	71 %	68 %	73 %
Non	25 %	23 %	26 %	23 %	30 %	22 %
Je ne sais pas/Refus	4 %	4 %	4 %	6 %	2 %	5 %

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

Dans l'ensemble de l'échantillon de PME, les personnes les plus susceptibles d'avoir visité le site Web de l'impôt sur Canada.ca comprenaient ce qui suit :

- Entreprises qui utilisent des ressources internes pour produire leurs déclarations de revenus (80 % par rapport à 63 % de celles qui utilisent des services de préparation de déclarations de revenus externes).
- Celles qui se sont inscrites au service Mon dossier d'entreprise (81 % par rapport à 60 % de celles qui n'étaient pas inscrites).

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 la moitié des répondants (55 %) sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que le site Web fournit les renseignements dont ils ont besoin. Près de la moitié a convenu que les renseignements fournis étaient faciles à comprendre (49 %) et à trouver (46 %).

Chaque indicateur a fait l'objet d'un niveau d'accord moyen modéré au sein des PME canadiennes.

Tableau 75. 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 = 296)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Le site Web vous fournit les renseignements dont vous avez besoin.	55 %	36 %	7 %	1 %	7,3
Les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre.	49 %	41 %	9 %	< 1 %	7,1
Il est facile de trouver les renseignements que je cherche.	46 %	39 %	16 %	-	6,7

E-12. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants au sujet des pages sur l'impôt du site Web Canada.ca?

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

- Les entreprises exploitées au Québec ou en Ontario ont attribué 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 (7,6 et 7,2 par rapport à 6,0).
 - Il est facile de trouver les renseignements que je cherche (7,4 et 6,9 par rapport à 5,6).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins ont fourni une cote moyenne plus élevée pour les mesures suivantes par rapport à celles en activité depuis plus de 10 ans :
 -
 - Les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre (7,6 par rapport à 6,4).
 - Il est facile de trouver les renseignements que je cherche (7,4 par rapport à 5,8).

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 la moitié des PME (49 %) 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. Plus de deux entreprises sur cinq sont fortement d'accord pour dire que l'Agence prend en considération leurs besoins lorsqu'elle élabore des produits et des services (42 %), et que les nouveaux produits et services répondent aux impératifs liés aux affaires (42 %).

Tableau 76. Perceptions du processus de production des déclarations de revenus d'entreprise

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n = 415)

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.	49 %	35 %	12 %	4 %	6,9
L'Agence prend en considération les besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services.	42 %	34 %	11 %	13 %	6,9
L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent bien aux impératifs liés aux affaires.	42 %	34 %	11 %	13 %	6,8

EB-13. En pensant à [PME : votre entreprise] [Intermédiaires fiscaux : 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 :

- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins ont fourni une cote d'accord moyenne plus élevée pour les mesures suivantes par rapport à celles en activité depuis plus de 10 ans :
 - Passé moins de temps au cours de la dernière année à chercher des renseignements pour respecter les obligations fiscales des entreprises (7,2 par rapport à 6,3).
 - L'Agence prend en considération les besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services (7,5 par rapport à 6,0).

- L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent bien aux impératifs liés aux affaires (7,5 par rapport à 5,9).
- Dans le cas des indicateurs suivants, les entreprises exploitées au Québec ont attribué des cotes d'accord moyennes plus élevées que celles exploitées en Ontario ou en Alberta :
 - L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent bien aux impératifs liés aux affaires (7,5 par rapport à 6,6 et 6,1).
 - L'Agence prend en considération les besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services (7,7 par rapport à 6,7 et 6,0).

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 ». La majorité des répondants ont fourni une cote de fardeau de haut niveau (cotes de 8 à 10) (40 %) ou une cote modérée (cotes de 4 à 7) (37 %). Les 22 % restants ont indiqué qu'ils respectaient leurs obligations en matière de production de déclarations de revenus des entreprises entre 1 et 3. Ce résultat représente une cote de confiance moyenne de 6,2, soit une cote neutre.

Tableau 77. 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 = 415)

Cote de fardeau	Total (n = 415)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 230)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 185)	Entreprise à propriétaire unique (n = 214)	Société de personnes (n = 63)	Entreprise constituée en société (n = 63)
8 – 10	40 %	45 %	35 %	29 %	52 %	30 %
4 – 7	37 %	36 %	38 %	44 %	27 %	43 %
1 – 3	22 %	18 %	27 %	26 %	21 %	25 %
Je ne sais pas	1 %	1 %	1 %	1 %	-	2 %
Moyenne	6,2	6,4	5,9	5,5	6,8	5,7

EB-14. Sur une échelle de 1 à 10, à quel point est-ce un fardeau pour [PME : votre entreprise de respecter ses obligations en matière de production de déclarations][Intermédiaires fiscaux : 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 (7,0) ou en Colombie-Britannique (6,9) ont attribué des cotes de fardeau plus élevées, en moyenne, que celles exploitées en Ontario (6,1) ou en Alberta (5,2).
- 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 (6,5 par rapport à 5,7).

Intermédiaires fiscaux

Préférences de contact lors des interactions avec l'Agence

On a demandé aux intermédiaires fiscaux de décrire comment elles préféreraient recevoir le service ou les renseignements lors de différentes circonstances quand elles traitent avec l'Agence. En ce qui concerne la réception de renseignements de base, près de 2 intermédiaires fiscaux sur 5 (38 %) ont précisé qu'ils préféreraient visiter les pages sur l'impôt sur le site Web Canada.ca, tandis que 20 % choisiraient de communiquer avec l'Agence par téléphone. Un plus petit nombre communiquerait avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne (12 %) ou lui enverrait un courriel (10 %). D'autres mentions comprennent la communication avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux (8 %); par la poste (6 %) ou par l'envoi d'une télécopie à l'Agence (4 %).

Tableau 78. Source de service privilégiée pour des renseignements de base

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n = 393)

Source privilégiée pour des renseignements de base	Total (n = 393)	En activité depuis 10 ans ou moins	En activité depuis plus de 10 ans	Communication au cours des 12 derniers mois	Aucune communication au cours des 12 derniers mois
Consulter les pages de l'impôt du site Web Canada.ca	38 %	34 %	43 %	36 %	43 %
Communiquer avec l'Agence par téléphone	20 %	19 %	22 %	23 %	13 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	12 %	13 %	12 %	12 %	13 %
Envoyer un courriel à l'Agence	10 %	12 %	8 %	11 %	10 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	8 %	8 %	7 %	9 %	7 %
Envoyer une lettre à l'Agence	6 %	8 %	3 %	4 %	8 %
Envoyer une télécopie à l'Agence	4 %	4 %	3 %	4 %	2 %
Je ne sais pas	2 %	2 %	2 %	1 %	4 %

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

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

- Les intermédiaires fiscaux en activité au Québec étaient deux fois plus susceptibles de préférer le contact avec l'ARC au téléphone que ceux vivant en Colombie-Britannique (30 % par rapport à 13 %).

- Les répondants qui ont indiqué avoir eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année ont eu plus tendance à communiquer par téléphone que ceux qui n'en ont pas eu (23 % par rapport à 13 %).

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. Cette fois-ci, la communication par téléphone était une priorité (40 %), alors que visiter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca (16 %) ou envoyer un courriel à l'Agence (15 %) étaient des moyens moins priorisés. Environ une personne sur dix préférerait communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne (12 %) ou par la poste (9 %) lorsqu'il s'agit de demander des précisions, tandis que les autres mentions sont inférieures à ce seuil.

Tableau 79. Source privilégiée de service ou de renseignements pour obtenir des précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n = 393)

Source privilégiée pour obtenir des précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence	Total (n = 393)	En activité depuis 10 ans ou moins	En activité depuis plus de 10 ans	Communication au cours des 12 derniers mois	Aucune communication au cours des 12 derniers mois
Communiquer avec l'Agence par téléphone	40 %	36 %	43 %	41 %	33 %
Consulter les pages de l'impôt du site Web Canada.ca	16 %	16 %	15 %	13 %	23 %
Envoyer un courriel à l'Agence	15 %	16 %	13 %	14 %	17 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	12 %	9 %	15 %	12 %	11 %
Envoyer une lettre à l'Agence	9 %	11 %	7 %	10 %	5 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	5 %	5 %	4 %	5 %	3 %
Envoyer une télécopie à l'Agence	2 %	3 %	1 %	2 %	2 %
Je ne sais pas	2 %	2 %	2 %	1 %	4 %

E-2. Vous verrez maintenant des situations où vous pourriez avoir à traiter avec l'Agence. Pour chacune d'entre elles, 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.

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

- Les intermédiaires fiscaux qui n'ont eu aucune interaction avec l'Agence au cours de la dernière année préféreraient communiquer avec l'Agence en visitant les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca par rapport à ceux qui ont eu un contact (23 % par rapport à 13 %).
- 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 (51 % par rapport à 30 %).

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. Plus de deux intermédiaires fiscaux sur cinq (44 %) ont précisé qu'ils préféreraient communiquer avec l'Agence par téléphone. Plus d'un intermédiaire fiscal sur dix consulterait les pages de l'impôt du site Web Canada.ca (14 %) ou communiquerait avec l'Agence avec la fonction du clavardage en ligne (12 %). Environ une personne sur dix communiquerait avec l'Agence par courriel (10 %) ou par la poste (7 %). D'autres réponses mentionnent la communication avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux (5 %) ou envoyer une télécopie à l'Agence (4 %).

Tableau 80. 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 = 393)

Source privilégiée pour obtenir de l'aide concernant une situation fiscale personnelle	Total (n = 393)	En activité depuis 10 ans ou moins	En activité depuis plus de 10 ans	Communication au cours des 12 derniers mois	Aucune communication au cours des 12 derniers mois
Communiquer avec l'Agence par téléphone	44 %	40 %	49 %	45 %	40 %
Consulter les pages de l'impôt du site Web Canada.ca	14 %	15 %	13 %	14 %	12 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	12 %	14 %	11 %	14 %	10 %
Envoyer un courriel à l'Agence	10 %	12 %	8 %	9 %	15 %
Envoyer une lettre à l'Agence	7 %	6 %	7 %	7 %	8 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	5 %	6 %	5 %	5 %	7 %
Envoyer une télécopie à l'Agence	4 %	4 %	4 %	5 %	3 %
Je ne sais pas	2 %	2 %	3 %	1 %	5 %

*E-2. Vous verrez maintenant des situations où vous pourriez avoir à traiter avec l'Agence. Pour chacune d'entre elles, indiquez comment vous SOUHAITERIEZ recevoir le service ou les renseignements de l'Agence, si vous aviez besoin d'aide pour une situation fiscale personnelle (**intermédiaires fiscaux** : pour un client), comme les impôts dus sur un héritage.*

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

- Ceux qui exercent leurs activités en Alberta (20 %), en Colombie-Britannique (16 %) ou au Québec (15 %) ont manifesté une plus grande préférence pour une fonction de clavardage en ligne que ceux qui exercent leurs activités en Ontario (6 %).
- Les intermédiaires fiscaux dont l'interaction la plus récente a eu lieu par téléphone étaient plus susceptibles de préférer décrocher le téléphone que ceux dont la communication a eu lieu en ligne (55 % par rapport à 39 %).

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, « extrêmement confiant ».

Plus de deux intermédiaires fiscaux sur cinq ont fourni un niveau de confiance élevé (cotes de 8 à 10) (43 %) ou un niveau de confiance modéré (cotes de 4 à 7) (43 %). Plus de 1 répondant sur 10 (12 %) s'est dit peu confiant (cotes de 1 à 3) que le désaccord serait réglé. Ce résultat représente une cote de confiance moyenne de 6,6.

Tableau 81. 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 = 393)

Cote de confiance	Total (n = 393)	En activité depuis 10 ans ou moins	En activité depuis plus de 10 ans	Communication au cours des 12 derniers mois	Aucune communication au cours des 12 derniers mois
8 – 10	43 %	42 %	43 %	45 %	39 %
4 – 7	43 %	43 %	43 %	38 %	52 %
1 – 3	12 %	12 %	13 %	16 %	7 %
Je ne sais pas	2 %	2 %	1 %	1 %	2 %
Moyenne	6,6	6,6	6,6	6,6	6,7

E-3. Si vous aviez un désaccord avec l'Agence au sujet [PME : de vos impôts d'entreprise] [Intermédiaires fiscaux : des impôts d'un client ou d'une entreprise], dans quelle mesure êtes-vous confiant que la situation se réglerait? 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.

En moyenne, les cotes de confiance étaient plus élevées dans les sous-groupes suivants :

- Ceux dont la méthode de communication au cours de la dernière année était en ligne (7,1 par rapport à 6,2 pour ceux qui ont communiqué par téléphone).
- Les répondants qui étaient inscrits au service Représenter un client (7,0 par rapport à 6,3 pour ceux qui n'étaient pas inscrits).

À l'aide de la même échelle de confiance, on a demandé aux répondants d'évaluer leur niveau de confiance que le processus de résolution serait mené de façon équitable en cas de désaccord.

Environ deux intermédiaires sur cinq (40 %) 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). Moins de répondant (11 %) ont indiqué être peu confiant (cotes de 1 à 3) que le processus serait exécuté de façon équitable. Ce résultat représente une cote de confiance moyenne de 6,6, soit une cote neutre.

Tableau 82. 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 = 393)

Cote de confiance	Total (n = 393)	En activité depuis 10 ans ou moins	En activité depuis plus de 10 ans	Communication au cours des 12 derniers mois	Aucune communication au cours des 12 derniers mois
8 – 10	40 %	42 %	38 %	42 %	37 %
4 – 7	46 %	45 %	47 %	42 %	55 %
1 – 3	11 %	10 %	12 %	13 %	7 %
Je ne sais pas	3 %	2 %	2 %	2 %	2 %
Moyenne	6,6	6,7	6,5	6,6	6,7

E-4. Si vous aviez un désaccord avec l'Agence au sujet [PME : de vos impôts d'entreprise][Intermédiaires fiscaux : des impôts d'un client ou d'une entreprise], dans quelle mesure êtes-vous confiant que le processus serait exécuté de façon équitable?

Les constatations pertinentes des sous-groupes pour ce qui est de l'équité perçue de la résolution d'un désaccord fiscal comprennent ce qui suit :

- Ceux dont la plus récente communication avec l'Agence était en ligne ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que ceux qui ont utilisé le téléphone (7,1 contre 6,1).
- La confiance moyenne à l'égard de la résolution équitable était plus élevée chez les répondants qui étaient inscrits au service Représenter un client (6,9 par rapport à 6,4 pour ceux qui n'étaient pas inscrits).

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 ».

Plus de quatre répondants sur cinq (67 %) 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. La moitié des intermédiaires fiscaux ont convenu qu'ils savent comment accéder aux prestations et aux crédits fiscaux auxquels leurs clients ont droit (50 %), tandis que 47 % estiment que l'Agence offre des services en ligne qui répondent à leurs besoins. Un autre 43 % des intermédiaires fiscaux ont convenu qu'ils étaient bien informés au sujet des services que l'Agence a à offrir.

Tableau 83. Perceptions du service

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n = 393)

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.	67 %	26 %	5 %	2 %	8,0
Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mes clients ont droit.	50 %	41 %	7 %	2 %	7,3
L'Agence offre des services en ligne qui répondent à vos besoins.	47 %	42 %	10 %	1 %	6,9
Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence.	43 %	45 %	11 %	1 %	6,7

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 (8,2 contre 7,7).
 - Vous savez comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt (7,5 par rapport à 7,0).
- Ceux qui étaient inscrits au service Représenter un client ont plus souvent fourni des cotes moyennes plus élevées pour les mesures suivantes que ceux qui n'étaient pas inscrits :
 - Vous savez comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt (7,6 par rapport à 6,8).

- L'Agence offre des services en ligne qui répondent à vos besoins (7,2 par rapport à 6,6).
- Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence (7,1 par rapport à 6,2).

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. Plus de la moitié des intermédiaires fiscaux (55 %) ont déclaré avoir un compte, tandis que plus d'un tiers (37 %) n'en avait pas. Moins d'un intermédiaire fiscal sur dix (8 %) n'était pas certain d'utiliser le portail fiscal sécurisé de l'Agence ou a refusé de répondre.

Tableau 84. Inscription au service en ligne Représenter un client de l'Agence

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n = 393)

Inscription au service Représenter un client	Total (n = 393)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 203)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 178)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 256)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n = 115)
Oui	55 %	55 %	57 %	64 %	37 %
Non	37 %	39 %	35 %	29 %	56 %
Je ne sais pas/Refus	8 %	6 %	7 %	7 %	8 %

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

Dans l'ensemble des sous-groupes démographiques, les personnes suivantes étaient plus susceptibles de déclarer être inscrites aux services en ligne Représenter un client :

- Intermédiaires fiscaux actifs en Alberta (70 % par rapport à 50 % en Colombie-Britannique et 48 % au Québec).
- Ceux qui ont déclaré avoir interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois (64 % par rapport à 37 % de ceux qui n'ont eu aucun contact).

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 (RUC). Près du tiers des répondants (32 %) ont mentionné l'accès à l'information, et près du cinquième (18 %) a précisément indiqué la nécessité

d'obtenir des précisions sur les renseignements reçus de l'Agence. Un quart des intermédiaires fiscaux (27 %) qui ont choisi d'interagir avec l'Agence par téléphone mentionnent la « commodité » comme raison derrière l'utilisation de ce moyen d'interaction, tandis que plus d'un sur dix (12 %) a mentionné des problèmes liés à l'accès au site ou au verrouillage de son compte. Les préoccupations en matière de sécurité ou de protection des renseignements personnels qui utilisent le portail en ligne ont été mentionnées par une personne sur dix (9 %).

Tableau 85. 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 = 74)

Raisons de l'appel	Total (n = 74)
Renseignements (réseau)	32 %
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 RUC.	5 %
Taxes/reenseignements fiscaux	3 %
Je n'ai pas pu trouver de réponses sur le site Web	1 %
Précisions (sous-réseau)	18 %
Je voulais des précisions approfondies sur des demandes de renseignements ou des réponses claires	12 %
Meilleure compréhension ou plus d'explications	5 %
Commodité (réseau)	27 %
Je veux une transaction plus rapide	11 %
C'était plus pratique, plus facile ou plus simple	9 %
J'aime mieux parler à un humain qu'utiliser un service en ligne ou une fonction de clavardage	7 %
Accès (réseau)	12 %
J'ai de la difficulté à accéder au site ou mon compte a été verrouillé	12 %
Sécurité ou protection des renseignements personnels (réseau)	9 %
Demande de renseignements délicate et nécessitant une attention personnelle (impôts, entreprise, prestations, etc.)	9 %
Divers (réseau)	9 %
Besoin d'aide immédiate/résolution immédiate des problèmes	7 %
On m'a demandé d'appeler, un appel est nécessaire ou je ne fais que rappeler	1 %
C'est plus efficace ou efficient	1 %

Autre	5 %
Je ne sais pas/Refus	4 %

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][Intermédiaires fiscaux : Représenter un client]?

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

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. Plus de quatre intermédiaires fiscaux sur cinq (84 %) ont indiqué avoir consulté le site pour obtenir des renseignements fiscaux, tandis que plus d'un sur dix (13 %) ne l'a pas fait.

Tableau 86. 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 = 393)

Déjà consulté le site Web Canada.ca	Total (n = 393)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 203)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 178)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 256)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n = 115)
Oui	84 %	83 %	87 %	88 %	78 %
Non	13 %	13 %	12 %	10 %	19 %
Je ne sais pas/Refus	3 %	4 %	1 %	2 %	3 %

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 % par rapport à 77 %).

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 la moitié des répondants (53 %) sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que le site Web fournit les renseignements dont ils ont besoin. Près de la moitié des intermédiaires fiscaux ont convenu que

les renseignements fournis étaient faciles à comprendre (49 %), tandis que plus de deux répondants sur cinq estimaient que les renseignements étaient faciles à trouver (44 %).

Tableau 87. 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 = 330)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Le site Web vous fournit les renseignements dont vous avez besoin.	53 %	40 %	5 %	-	7,3
Les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre.	49 %	42 %	8 %	-	7,1
Il est facile de trouver les renseignements que je cherche.	44 %	45 %	11 %	-	6,9

E-12. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants au sujet des pages sur l'impôt du site Web Canada.ca?

Les intermédiaires fiscaux qui étaient inscrits au service Représenter un client avaient tendance à fournir des cotes d'accord moyennes plus élevées pour les mesures suivantes que celles qui n'étaient pas inscrites :

- Le site Web a fourni les renseignements nécessaires (7,5 par rapport à 7,0).
- Les renseignements fournis étaient faciles à comprendre (7,3 par rapport à 6,6).
- Il était facile de trouver les renseignements (7,2 par rapport à 6,2).

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 ». Environ deux répondants sur cinq avaient un niveau élevé d'accord (cotes de 8 à 10) sur le fait que l'Agence tient compte de leurs besoins lors de l'élaboration de produits et de services (40 %). Près de deux intermédiaires fiscaux sur cinq ont convenu qu'ils ont passé moins de temps à chercher les renseignements requis pour respecter les obligations fiscales des entreprises au cours de la dernière année (39 %) et que les nouveaux produits et services sont conformes aux réalités de la conduite des affaires (38 %).

En examinant les cotes d'accord moyennes, chaque mesure a reçu une cote neutre entre 4 et 7.

Tableau 88. Perceptions du processus de production des déclarations de revenus d'entreprise

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n = 393)

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.	40 %	46 %	8 %	6 %	6,8
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.	39 %	45 %	11 %	5 %	6,6
L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent bien aux impératifs liés aux affaires.	38 %	46 %	12 %	5 %	6,6

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

Les tendances des sous-groupes suivants sont ressorties parmi les cotes d'accord moyennes pour les énoncés du processus de production de déclarations de revenus des entreprises :

- Les personnes qui ont interagi avec l'Agence en ligne au cours de la dernière année ont fourni des cotes d'accord moyennes plus élevées pour les mesures suivantes que celles qui ont communiqué avec l'Agence par téléphone :
 - L'Agence prend en considération les besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services (7,2 par rapport à 6,2).
 - J'ai mis moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin pour remplir les obligations de mon entreprise (6,8 par rapport à 6,1).
 - L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent bien aux impératifs liés aux affaires (7,0 par rapport à 6,1);
- Les intermédiaires fiscaux qui étaient inscrits au service Représenter un client avaient tendance à fournir des cotes d'accord moyennes plus élevées pour les mesures suivantes que ceux qui n'étaient pas inscrits :
 - L'Agence prend en considération les besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services (7,1 par rapport à 6,4).
 - J'ai mis moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin pour remplir les obligations de mon entreprise (7,0 par rapport à 6,1).
 - L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent bien aux impératifs liés aux affaires (7,0 par rapport à 6,2);

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 du quart des intermédiaires fiscaux (26 %) ont indiqué un niveau élevé de fardeau (cotes de 8 à 10), tandis que près de la moitié (48 %) a attribué une cote modérée (cotes de 4 à 7). Plus d'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). Ce résultat représente une cote de confiance moyenne de 5,6.

Tableau 89. 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 = 393)

Cote de fardeau	Total (n = 393)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 203)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 178)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 256)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n = 115)
8 – 10	26 %	28 %	25 %	29 %	21 %
4 – 7	48 %	53 %	44 %	48 %	50 %
1 – 3	22 %	18 %	28 %	23 %	24 %
Je ne sais pas	3 %	2 %	3 %	1 %	5 %
Moyenne	5,6	5,9	5,4	5,7	5,4

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

Attitudes à l'égard de l'observation fiscale

Population générale

Équité

On a demandé aux Canadiens de préciser si l'impôt qu'ils payaient était représentatif des services qu'ils recevaient des gouvernements. La plupart des répondants étaient d'avis qu'ils avaient payé trop d'impôt, y compris 33 % qui estimaient avoir payé beaucoup trop cher et 23 % qui estimaient avoir payé un peu trop cher, tandis qu'un tiers (35 %) estimaient avoir payé à peu près le bon montant. Peu d'entre eux (5 %) estimaient avoir payé trop peu.

Tableau 90. 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 = 1 205)

Impôt et services reçus	Total (n = 1 205)	Atlantique (n = 124)	Qc (n = 282)	Ont./ Nt (n = 401)	Man./ Sask. (n = 126)	Alb./ T.N.- O. (n = 116)	C.-B./ Yn (n = 156)	De 18 à 24 ans (n = 65)	De 25 à 34 ans (n = 143)	De 35 à 49 ans (n = 271)	De 50 à 64 ans (n = 320)	65 ans et plus (n = 402)
Beaucoup trop	33 %	35 %	33 %	31 %	42 %	34 %	33 %	26 %	32 %	38 %	36 %	28 %
Un peu trop	23 %	22 %	20 %	24 %	25 %	29 %	18 %	31 %	22 %	24 %	24 %	18 %
Juste assez	35 %	32 %	39 %	33 %	24 %	29 %	42 %	30 %	36 %	31 %	31 %	44 %
Trop peu	5 %	5 %	5 %	5 %	6 %	4 %	4 %	3 %	4 %	6 %	5 %	5 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	5 %	6 %	3 %	6 %	3 %	4 %	3 %	10 %	5 %	2 %	5 %	6 %

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 pas assez d'impôt?

D'autres comparaisons de sous-groupes révèlent les différences importantes suivantes :

- Les Québécois (39 %) et les résidents de la Colombie-Britannique (42 %) étaient plus susceptibles d'avoir l'impression de payer à peu près le bon montant d'impôt par rapport aux résidents du Manitoba ou de la Saskatchewan (24 %).
- Les hommes ont plus tendance que les femmes à estimer qu'ils paient beaucoup trop d'impôt (37 % contre 29 %).

- Les répondants âgés de 65 ans ou plus étaient les plus susceptibles de croire qu'ils paient environ le bon montant (44 %). Inversement, les personnes de 35 à 49 ans (38 %) et celles de 50 à 64 ans (36 %) étaient plus susceptibles que celles de la tranche d'âge la plus élevée (28 %) de croire qu'elles paient beaucoup trop cher.
- Ceux qui ont fait des études dans une école de métiers ou un collège (39 %) étaient plus enclins à estimer qu'ils ont payé beaucoup trop cher que ceux qui ont fait des études universitaires (29 %), tandis que ceux qui ont fait des études universitaires étaient plus susceptibles de croire qu'ils paient le bon montant par rapport à ceux qui ont un autre type d'études (40 % par rapport à 30 %).
- Ceux qui travaillent à temps plein (38 %) et qui sont des travailleurs indépendants (41 %) étaient plus susceptibles de croire qu'ils paient beaucoup trop que ceux qui travaillent à temps partiel (19 %), les étudiants (19 %) et les répondants retraités (28 %).
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant médiocre (cotes de 1 à 3) [63 %] 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) [34 %] ou bon (cotes de 8 à 10) [20 %].
- Les répondants qui ont de faibles cotes de l'indice de satisfaction (cotes moyennes de 1 à 3) [48 %] et de cotes neutres de l'indice de satisfaction (cotes moyennes de 4 à 7) [39 %] étaient plus susceptibles de croire qu'ils ont payé beaucoup trop cher que ceux qui avaient une bonne cote de l'indice de satisfaction (cotes moyennes de 8 à 10) [27 %].
- Les répondants qui ont de faibles cotes de l'indice de satisfaction (cotes moyennes de 1 à 3) [68 %] et des cotes neutres de l'indice de satisfaction (cotes moyennes de 4 à 7) [33 %] étaient plus susceptibles de croire qu'ils ont payé beaucoup trop cher que ceux qui avaient une bonne cote de l'indice de satisfaction (cotes moyennes de 8 à 10) [21 %].

Attraper les fraudeurs fiscaux

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 ». Le quart des répondants ont attribué une cote de probabilité élevée (cotes de 8 à 10) (25 %), tandis que la moitié a attribué une cote modérée (cotes de 4 à 7) (50 %). Peu d'entre eux (17 %) se disaient 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 5,8, soit une cote neutre.

Tableau 91. Probabilité perçue que les fraudeurs fiscaux se font prendre au Canada

Base : (Population générale) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n = 1 205)

Probabilité que les fraudeurs fiscaux se font prendre	Total (n = 1 205)	Atlantique (n = 124)	Qc (n = 282)	Ont./ Nt (n = 401)	Man./ Sask. (n = 126)	Alb./ T.N.- O. (n = 116)	C.-B./ Yn (n = 156)	De 18 à 24 ans (n = 65)	De 25 à 34 ans (n = 143)	De 35 à 49 ans (n = 271)	De 50 à 64 ans (n = 320)	65 ans et plus (n = 402)
8 – 10	25 %	23 %	28 %	22 %	31 %	24 %	27 %	32 %	28 %	27 %	20 %	22 %
4 – 7	50 %	52 %	51 %	50 %	40 %	51 %	51 %	49 %	51 %	51 %	48 %	51 %
1 – 3	17 %	18 %	14 %	18 %	24 %	18 %	13 %	12 %	14 %	14 %	25 %	15 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	8 %	8 %	8 %	10 %	5 %	7 %	9 %	7 %	7 %	8 %	7 %	12 %
Moyenne	5,8	5,6	6,1	5,6	5,8	5,8	6,1	6,4	6,0	6,0	5,3	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?

Dans l'ensemble de la population, les personnes les plus susceptibles de croire que les fraudeurs fiscaux se feront prendre comprennent :

- Les Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [6,3 par rapport à 5,8 pour ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) et 5,1 pour ceux qui ont évalué le rendement global comme étant médiocre].
- Ceux qui vivent au Québec (6,1 par rapport à 5,6 pour ceux qui vivent en Ontario).
- Les Canadiens ayant un diplôme d'études secondaires (6,2) ou d'une école de métiers ou d'un collège (6,0) [par rapport à 5,5 pour ceux ayant un diplôme universitaire].
- Ceux qui gagnent moins de 40 000 \$ (6,2 par rapport à 5,6 pour ceux qui gagnent 80 000 \$ ou plus).
- Ceux qui ne sont pas nés au Canada (6,4 par rapport à 5,6 pour ceux qui sont nés au Canada).
- Les répondants qui ont de bonnes cotes de l'indice de satisfaction (cotes moyennes de 8 à 10) [6,2 par rapport à 5,2 pour ceux qui ont des cotes neutres de l'indice de satisfaction

(de 4 à 7) et 4,8 pour ceux qui ont des cotes de l'indice de satisfaction médiocres (de 1 à 3)].

- Les répondants qui ont de bonnes cotes de l'indice de confiance (cotes moyennes de 8 à 10) [6,5 par rapport à 5,6 pour ceux qui ont des cotes de l'indice neutres et 4,9 pour ceux qui ont des cotes de l'indice médiocres].

Pour mieux comprendre les perceptions liées à la probabilité que des fraudeurs fiscaux se fassent prendre, on a demandé aux répondants dans quelle mesure ils étaient d'accord que l'Agence attrape réellement ceux qui commettent de la fraude fiscale. Comparables aux résultats présentés ci-dessus, 27 % sont tout à fait d'accord que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale.

Tableau 92. Perception d'attraper les fraudeurs fiscaux

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux. (B-3m)	27 %	43 %	18 %	12 %	5,9

B-3. Comment évalueriez-vous l'Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? 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.

Les constatations découlant des sous-groupes pertinents concernant ces énoncés comprennent les suivantes :

- Les Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [7,0] étaient parmi les plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale. Cela se compare à 5,7 parmi ceux qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant neutre (cotes de 4 à 7) et à 3,7 parmi ceux qui ont évalué le rendement global comme étant médiocre (cotes de 1 à 3).
- Le scepticisme à l'égard de la capacité de l'Agence à attraper ceux qui commettent de la fraude fiscale augmente à mesure que l'on vieillit. Le niveau d'accord moyen diminue, passant de 7,1 chez les gens âgés de 18 à 24 ans et de 6,3 chez les gens âgés de 25 à 34 ans à 5,4 chez les gens âgés de 50 à 64 ans et à 5,6 chez les gens âgés de 65 ans et plus.
- Le scepticisme à l'égard du fait que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale semble également augmenter à mesure que le revenu du ménage augmente. Le niveau d'accord moyen diminue graduellement, passant de 6,4 chez ceux qui gagnent moins de 40 000 \$ à 5,4 chez ceux qui gagnent plus de 150 000 \$.

- Les femmes sont plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence attrape ceux qui trichent par rapport aux hommes (6,1 par rapport à 5,7).
- Les personnes nées à l'étranger sont plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence attrape les personnes qui trichent par rapport aux personnes nées au Canada (6,6 par rapport à 5,6).
- Ceux qui ont un diplôme d'études secondaires ou moins sont plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence attrape ceux qui trichent par rapport à ceux qui ont fait des études universitaires (6,2 par rapport à 5,7).
- Les perceptions selon lesquelles l'Agence attrape ceux qui trichent sont fortement corrélées aux cotes de l'indice de confiance. Elles passent d'un maximum de 7,4 chez ceux qui se trouvent dans la fourchette la plus élevée de l'indice de confiance (cotes de 8 à 10), à 5,3 chez ceux qui ont des cotes de confiance modérées et, encore une fois, à un niveau inférieur à 2,9 chez ceux dans la fourchette de cotes de l'indice de confiance les plus faibles (cotes de 1 à 3).
- Les perceptions selon lesquelles l'Agence attrape ceux qui trichent sont également fortement corrélées aux cotes de l'indice de satisfaction. Elles passent d'un maximum de 6,6 chez ceux qui se trouvent dans la fourchette la plus élevée de l'indice de satisfaction (cotes de 8 à 10), à 5,0 chez ceux qui ont des cotes de satisfaction modérées et, encore une fois, à un niveau inférieur à 3,2 chez ceux dans la fourchette de cotes de l'indice de satisfaction les plus faibles (cotes de 1 à 3).

Perceptions de la fraude fiscale

On a présenté aux Canadiens une série d'énoncés liés à la fraude fiscale et on leur a demandé dans quelle mesure ils étaient d'accord ou en désaccord avec chacun d'eux en utilisant une échelle de 1 à 10, 1 étant « tout à fait en désaccord » et 10 étant « tout à fait d'accord ».

Près de des deux tiers des répondants (63 %) sont d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que la fraude fiscale réduit les fonds disponibles pour les services essentiels.

De plus, environ le tiers (34 %) étaient fortement d'accord que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future, tandis que 40 % étaient modérément d'accord (cotes de 4 à 7) et 33 % étaient d'avis que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales (alors que 31 % des répondants étaient plutôt d'accord). Un tiers (32 %) étaient fortement d'accord que 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, tandis que 39 % étaient modérément d'accord.

Les énoncés qui, d’une certaine façon, toléraient la fraude fiscale ont obtenu des niveaux d’accord beaucoup plus faibles. Premièrement, 19 % des répondants étaient fortement d’accord pour dire qu’il est acceptable que les gens paient comptant pour des biens et des services afin d’éviter de payer la TPS ou la TVH, tandis que deux fois plus d’entre eux étaient fortement en désaccord (42 %). De même, 15 % des répondants étaient tout à fait d’accord pour dire qu’il est acceptable que les gens ne déclarent pas les revenus reçus en espèces, tandis que plus de la moitié de tous les répondants étaient fortement en désaccord (53 %).

Tous les indicateurs font l’objet d’un niveau d’accord moyen modéré (cotes de 4 à 7), à l’exception de l’énoncé « il est acceptable pour les gens de ne pas déclarer le revenu reçu en espèces », qui a reçu un faible niveau d’accord moyen (3,8).

Tableau 93. Perceptions de la fraude fiscale

Base : (Population générale) Échantillon fractionné : module d’observation fiscale, tous les répondants (n = 1 205)

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.	63 %	22 %	9 %	5 %	7,8
Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future.	34 %	40 %	17 %	9 %	6,2
L’Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d’infractions fiscales.	33 %	31 %	32 %	4 %	5,5
L’Agence n’aura jamais connaissance d’un revenu reçu en argent comptant s’il n’est pas déclaré dans une déclaration de revenus.	32 %	39 %	20 %	8 %	5,9
Il est acceptable pour les particuliers de payer des produits et services en argent comptant pour éviter de payer la TPS/TVH.	19 %	32 %	42 %	6 %	4,5
Il est acceptable, pour un particulier, de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant.	15 %	28 %	53 %	4 %	3,8

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.

Les constatations découlant des sous-groupes pertinents concernant ces énoncés comprennent les suivantes :

- Les personnes vivant au Canada atlantique étaient plus susceptibles d'être d'accord qu'il est acceptable de ne pas déclarer le revenu reçu en argent comptant par rapport à celles qui vivent au Québec (4,3 par rapport à 3,5). D'autres résultats régionaux révèlent que les personnes qui vivent en Alberta (8,3), au Manitoba ou en Saskatchewan (8,2), en Ontario (7,9), en Colombie-Britannique (7,9) ou dans la région de l'Atlantique (7,9) ont toutes attribué des cotes moyennes plus élevées lorsqu'on leur a demandé si la fraude fiscale réduisait l'argent disponible pour les services essentiels par rapport à celles vivant au Québec (7,1). Inversement, avec une cote d'accord modéré de 6,9, les Québécois étaient les plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence ne serait jamais au courant d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus. Ils étaient également plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (6,0) par rapport aux répondants du Canada atlantique (5,1) et de la Colombie-Britannique (4,9). De plus, les Québécois étaient moins susceptibles d'être 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 (4,0) par rapport aux répondants de l'Alberta (4,9) et de l'Ontario (4,6).
- Les personnes ayant un diplôme d'études secondaires ou moins (4,2) et celles ayant fait des études dans une école de métiers ou un collège (4,1) étaient plus susceptibles d'être d'accord qu'il est acceptable de ne pas déclarer le revenu reçu en espèces par rapport à celles qui ont fait des études universitaires (3,3). De plus, les personnes ayant fait des études universitaires étaient plus susceptibles d'être d'accord que la fraude fiscale réduit les fonds disponibles pour les services essentiels par rapport à ceux qui ont fait des études dans une école de métiers ou un collège (8,0 par rapport à 7,5). L'accord selon lequel les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future était le plus élevé chez les personnes ayant un diplôme d'études secondaires ou moins (6,8) par rapport à celles ayant fait des études dans une école de métiers ou un collège (5,9) et à celles qui ont fait des études universitaires (6,1). Les personnes ayant un diplôme d'études secondaires étaient également plus susceptibles que celles ayant un diplôme universitaire d'être 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 (5,0 par rapport à 4,1).
- Les répondants autochtones étaient plus susceptibles d'être d'accord pour dire qu'il est acceptable de ne pas déclarer le revenu reçu en argent comptant par rapport aux répondants non autochtones (5,2 par rapport à 3,7).
- Les personnes nées à l'étranger étaient plus susceptibles d'être d'accord pour dire que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future par rapport aux personnes nées au Canada (7,0 par rapport à 5,9).

- La probabilité d'être d'accord que la fraude fiscale réduit les fonds disponibles pour les services essentiels augmente avec l'âge. L'accord à cet égard variait d'un maximum de 8,1 chez les personnes âgées d'au moins 65 ans à un minimum de 7,2 chez les personnes âgées de 18 à 24 ans. Les personnes âgées d'au moins 65 ans étaient également les plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence n'aura jamais connaissance du revenu reçu en espèces s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus (6,4 par rapport à une fourchette de 5,6 à 6,0 parmi les autres tranches d'âge). L'accord selon lequel les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future était le plus bas chez les répondants âgés de 50 à 64 ans (5,7), surtout par rapport aux répondants plus âgés (6,3), ceux de 25 à 34 ans (6,4) et ceux de 18 à 24 ans (7,0). Il y a également une tendance générale qui démontre qu'à mesure que l'on vieillit, il est moins acceptable pour les particuliers de payer des produits et services en argent comptant pour éviter de payer la TPS/TVH. Les cotes d'accord moyennes varient d'un maximum de 5,4 chez les gens âgés de 18 à 24 ans à un minimum de 4,1 chez les gens âgés de 50 à 64 ans.
- Les répondants dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ (4,1) ou se situe dans la tranche de 40 000 \$ à 80 000 \$ (4,0) étaient plus susceptibles d'être d'accord qu'il est acceptable de ne pas déclarer le revenu reçu en espèces par rapport à ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (3,3) ou de 150 000 \$ et plus (3,4). De plus, les répondants dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (6,3) étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence n'aura jamais connaissance du revenu reçu en espèces s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus par rapport à ceux qui gagnaient de 80 000 \$ à 150 000 \$ (5,7). Les répondants des tranches de revenus les plus faibles étaient également les plus susceptibles d'être d'accord qu'il est acceptable pour les particuliers de payer des produits et services en argent comptant pour éviter de payer la TPS/TVH (5,0). Les répondants qui gagnent plus de 150,000 \$ (5,8) et moins de 40 000 \$ (5,7) étaient plus susceptibles d'être d'accord pour dire que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales par rapport à ceux qui gagnent de 80 000 \$ à 150 000 \$ (5,0).
- Selon le statut d'emploi, les personnes qui travaillent à temps partiel (8,4) et qui sont à la retraite (8,1) étaient les plus susceptibles d'être d'accord que la fraude fiscale réduit les fonds disponibles pour les services essentiels, surtout par rapport aux étudiants (6,8). Les personnes qui travaillent à temps plein (5,6) et celles qui sont à la retraite (6,0) étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales par rapport à celles qui sont des travailleurs indépendants (4,4) ou des étudiants (4,3).

- Les perceptions selon lesquelles la fraude fiscale réduit les fonds disponibles pour les services essentiels sont corrélées aux cotes de l'indice de confiance. Elles passent d'un maximum de 8,4 chez ceux qui se trouvent dans la fourchette la plus élevée de l'indice de confiance (cotes de 8 à 10), à 7,7 chez ceux qui ont des cotes de confiance modérées et, encore une fois, à un niveau inférieur à 6,2 chez ceux dans la fourchette de cotes de l'indice de confiance les plus faibles (cotes de 1 à 3). Ceux qui se trouvaient dans la fourchette de l'indice de confiance la plus élevée étaient également les plus susceptibles d'être d'accord pour dire que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (7,2) – cela se compare à 5,8 chez ceux ayant des cotes de confiance modérées et à 5,4 chez ceux dans la fourchette de cotes de l'indice de confiance les plus faibles. Ils étaient également plus susceptibles d'être d'accord pour dire que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (6,0), comparativement à 5,4 chez les personnes ayant une cote de confiance modérée et à 4,9 chez celles qui se situent dans la fourchette la plus faible de l'indice de confiance.
- Les Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,4] avaient également tendance à être plus susceptibles d'être d'accord que la fraude fiscale réduit les fonds disponibles pour les services essentiels. Cela se compare à 7,7 parmi ceux qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant neutre (cotes de 4 à 7) et à 6,7 parmi ceux qui ont évalué le rendement global comme étant médiocre (cotes de 1 à 3). Ceux qui ont attribué des cotes de rendement globales élevées à l'Agence étaient également plus susceptibles d'être d'accord que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (6,8) par rapport à 6,1 parmi ceux qui ont attribué une cote de rendement global neutre et à 5,4 chez ceux qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant médiocre.

Il y avait un intérêt particulier à évaluer la façon dont les répondants perçoivent le traitement des personnes riches par l'Agence (sans préciser ou définir les « riches »). Pour ce faire, on a demandé aux répondants dans quelle mesure ils étaient d'accord avec deux énoncés en utilisant une échelle de 1 à 10, 1 étant « tout à fait en désaccord » et 10 étant « tout à fait d'accord » : Les résultats révèlent que 63 % des répondants sont tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que les gens riches ont plus de facilité à commettre une fraude fiscale que les Canadiens de la classe moyenne, et près de la moitié (49 %) sont tout à fait d'accord que l'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais qu'elle ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés. Les cotes d'accord moyennes étaient modérément élevées pour les deux énoncés (7,8 et 7,1, respectivement).

Tableau 94. Perceptions du traitement des personnes riches

Base : (Population générale) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n = 1 205)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Il est plus facile pour les personnes riches de pratiquer la fraude fiscale que pour les Canadiens de la classe moyenne.	63 %	22 %	9 %	6 %	7,8
L'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés.	49 %	32 %	12 %	7 %	7,2

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.

Les constatations découlant des sous-groupes pertinents concernant ces énoncés comprennent les suivantes :

- Les personnes ayant un diplôme d'études secondaires ou moins (7,3) étaient moins susceptibles d'être d'accord que les gens riches ont plus de facilité à commettre une fraude fiscale que les Canadiens de la classe moyenne que celles ayant fait des études dans une école de métiers ou un collège (8,0) et celles ayant fait des études universitaires (7,9).
- Dans l'ensemble du statut d'emploi, les personnes qui sont des travailleurs indépendants (6,7) étaient les moins susceptibles d'être d'accord pour dire que les gens riches ont plus de facilité à commettre une fraude fiscale que les Canadiens de la classe moyenne.
- Les personnes qui s'identifient comme vivant avec un handicap étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais qu'elle ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés (7,6 par rapport à 7,1 pour celles qui ne s'identifient pas comme vivant avec un handicap).
- Les répondants dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ (7,4) dont le revenu se situe dans la tranche de 40 000 \$ à 80 000 \$ (7,4) étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais qu'elle ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés par rapport à ceux qui gagnent de 80 000 \$ à 150 000 \$ (6,7).
- Ceux qui se trouvaient dans la fourchette la plus faible de l'indice de confiance étaient les plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais qu'elle ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des

sociétés (8,4) – cela se compare à 7,4 chez ceux ayant des cotes de confiance modérées et à 6,5 chez ceux dans la fourchette la plus élevée de l'indice de confiance.

- Les Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 1 à 3) [8,5] avaient tendance à être les plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais qu'elle ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés. Cela se compare à 7,3 parmi ceux qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant neutre (cotes de 4 à 7) et à 6,4 parmi ceux qui ont évalué le rendement global comme assez bon (cotes de 8 à 10).
- Ceux qui sont tout à fait d'accord que l'augmentation du coût de la vie a une incidence négative sur eux sont également plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais qu'elle ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés (7,5). Les cotes d'accord moyennes diminuent à 6,4 chez ceux qui sont modérément d'accord que le coût de la vie a une incidence négative sur eux, et 6,5 chez ceux qui ne semblent pas ressentir une incidence négative de l'augmentation du coût de la vie.

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 (70 %) étaient d'avis que le fait de ne pas réclamer des biens ou des revenus étrangers représentait un grave cas de fraude fiscale. Environ les deux tiers des répondants étaient d'avis que les éléments suivants étaient des cas de fraude fiscale graves : recevoir un crédit pour don de bienfaisance qui était plus élevé que le don (68 %), ne pas enregistrer son entreprise (67 %), et réaliser un profit grâce à l'achat ou à la vente de cryptomonnaie sans le déclarer (61 %).

Au moins la moitié des personnes interrogées étaient d'avis 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 %), 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 (55 %) représentait de graves cas de fraude fiscale. En revanche, la proportion de personnes qui estimaient que le fait d'obtenir une « aubaine » sur les réparations de la maison ou de la voiture en échange d'argent comptant représentait une fraude grave a baissé à environ le tiers (36 %).

Tableau 95. Perceptions de comportements d'évitement fiscal

Base : (Population générale) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n = 1 205)

Comportements d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations	79 %	14 %	4 %	3 %	8,7
Omission de déclarer des biens ou des revenus à l'étranger, y compris ceux qui sont mis à l'abri dans des paradis fiscaux	70 %	16 %	6 %	7 %	8,3
Obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question	68 %	22 %	6 %	4 %	8,1
Non-enregistrement d'une entreprise	67 %	23 %	5 %	5 %	8,2
Ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie, c'est-à-dire une monnaie numérique comme le bitcoin	61 %	21 %	8 %	11 %	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	59 %	28 %	8 %	6 %	7,7
Travailler et recevoir une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu	58 %	31 %	9 %	2 %	7,5
Sous-estimation du revenu gagné en argent comptant	55 %	34 %	8 %	3 %	7,4
Obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant	36 %	43 %	17 %	4 %	6,3

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?

Les constatations supplémentaires découlant des sous-groupes concernant ces comportements comprennent les suivantes :

- Les femmes étaient plus susceptibles que les hommes de considérer la réalisation d'un profit grâce à l'achat ou à la vente de cryptomonnaie sans le déclarer comme une fraude grave (8,2 par rapport à 7,6).
- 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 (6,8) ont attribué une cote de gravité moyenne plus élevée que ceux vivant en Ontario (6,3), en Colombie-Britannique (6,1), dans les provinces atlantiques (5,9) ou en Alberta (5,4).

- Les personnes âgées de 50 à 64 ans et les personnes âgées de 65 ans ou plus étaient plus susceptibles que les personnes âgées de 35 à 49 ans de considérer la sous-estimation du revenu gagné en argent comptant comme une fraude grave (7,7, 7,8 par rapport à 7,1). Les personnes âgées de 50 à 64 ans et les personnes âgées de 65 ans ou plus étaient également plus susceptibles que les personnes de toutes les tranches d'âge plus jeunes de considérer l'obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant comme une fraude grave (6,5, 6,9 par rapport à 5,5 chez les personnes de 18 à 24 ans, 5,8 chez les personnes de 25 à 34 ans, et 6,1 chez les personnes de 35 à 49 ans).
- Les personnes ayant fait des études universitaires étaient plus susceptibles d'évaluer les comportements suivants comme étant de la fraude grave par rapport à celles qui avaient un diplôme d'études secondaires ou moins ou à celles qui avaient fait des études dans une école de métiers ou un collège.
 - Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations (8,9 par rapport à 8,5, 8,5)
 - 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 par rapport à 7,6, 7,5)

De plus, les personnes ayant fait des études universitaires (8,6) étaient plus susceptibles d'évaluer le fait d'omettre des biens ou des revenus étrangers dans la déclaration comme une fraude grave par rapport à celles qui avaient un diplôme d'études secondaires ou moins (8,0). Les personnes ayant fait des études universitaires (7,8) étaient plus susceptibles d'évaluer le fait de travailler et d'être payées en argent comptant pour éviter de payer l'impôt sur le revenu comme une fraude grave par rapport à celles qui avaient fait des études dans une école de métiers ou un collège (7,1).

- Les Canadiens ayant un revenu de ménage de 80 000 \$ à 150 000 \$ (8,9) ou de 150 000 \$ ou plus (9,2) étaient plus enclins à considérer la production de fausses déclarations pour les programmes de prestations comme un comportement grave par rapport à ceux qui gagnent moins que 40,000 \$ (8,4) et ceux qui gagnent de 40 000 \$ à 80 000 \$ (8,6).

De plus, 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 \$:

- Omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration (8,6, 8,7 par rapport à 8,0)

- Ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie, c'est-à-dire une monnaie numérique comme le bitcoin (8,2, 8,3 par rapport à 7,6)
- Ceux qui se trouvaient dans la fourchette la plus basse de l'indice de confiance (cotes de 1 à 3) ont systématiquement fourni des cotes de gravité plus faibles dans l'ensemble de leurs comportements par rapport à ceux dans la fourchette de l'indice de confiance la plus élevée (cotes de 8 à 10).
- De même, les personnes qui ont fourni des cotes globales médiocres pour l'Agence (cotes de 1 à 3) ont également fourni systématiquement des cotes de gravité inférieures pour tous les comportements par rapport à celles qui ont fourni des cotes de rendement globales neutres (cotes de 4 à 7) ou élevées (cotes de 8 à 10).

Petites et moyennes entreprises (PME)

Équité

On a demandé aux entreprises interrogées si le niveau d'impôt que les entreprises canadiennes paient est représentatif des services reçus des gouvernements. La majorité des répondants estiment qu'ils paient trop (57 %), y compris une répartition égale entre ceux qui ont dit payer beaucoup trop (28 %) et ceux qui croient qu'ils paient un peu trop (29 %). Une proportion semblable (28 %) estimait que les montants qu'ils payaient en impôts étaient justes et 9 % jugeaient qu'ils n'étaient pas suffisamment élevés.

Tableau 96. 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 = 391)

Impôt et services reçus	Total (n = 391)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 215)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 172)	Entreprise à propriétaire unique (n = 182)	Société de personnes (n = 76)	Entreprise constituée en société (n = 55)
Beaucoup trop	28 %	30 %	26 %	20 %	20 %	35 %
Un peu trop	29 %	24 %	35 %	27 %	29 %	33 %
Juste assez	28 %	32 %	22 %	26 %	41 %	25 %
Trop peu	9 %	9 %	10 %	15 %	9 %	4 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	7 %	5 %	8 %	12 %	1 %	4 %

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?

D'autres comparaisons de sous-groupes révèlent ce qui suit :

- Les entreprises qui ont interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois étaient plus susceptibles d'avoir l'impression de payer beaucoup trop d'impôt par rapport aux entreprises n'ayant pas communiqué avec l'Agence (33 % par rapport à 23 %).
- Celles ayant été en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles que celles qui sont en activité depuis plus longtemps de croire que les entreprises paient environ le bon montant d'impôt (32 % par rapport à 22 %, respectivement), tandis que celles qui sont en activité depuis plus de 10 ans étaient plus susceptibles de croire que les entreprises paient un peu trop d'impôt (35 % par rapport à 24 % de celles qui sont en activité depuis 10 ans ou moins).
- Les entreprises constituées en société étaient plus susceptibles d'indiquer que les entreprises paient beaucoup trop d'impôt (35 %) par rapport aux sociétés de personnes (20 %) et aux entreprises à propriétaire unique (20 %). Les entreprises à propriétaire unique étaient plus susceptibles de croire que les entreprises paient trop peu d'impôt (15 %) par rapport aux sociétés de personnes (9 %) et aux entreprises constituées en société (4 %).
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant médiocre (cotes de 1 à 3) [57 %] avaient 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) [23 %] ou bon (cotes de 8 à 10) [27 %].

- Ceux qui ont tendance à estimer que l'Agence investit trop dans la réduction de la fraude fiscale (42 %) sont également plus susceptibles de croire qu'ils paient beaucoup trop d'impôt par rapport à ceux qui estiment que l'Agence investit juste le bon montant (26 %) et ceux qui estiment que l'Agence investit trop peu dans la réduction de la fraude fiscale (25 %).

Attraper les fraudeurs fiscaux

Lorsqu'on leur a demandé d'évaluer dans quelle mesure la fraude fiscale des entreprises était courante au Canada (en utilisant une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout courante » et 10, « très courante »), près de la moitié (49 %) des PME interrogées estimaient que la fraude fiscale par les entreprises est courante (cotes de 8 à 10), tandis que 34 % estimaient qu'elle était modérément courante (cotes de 4 à 7). Environ un répondant sur dix (8 %) considérait que la fraude fiscale des entreprises était rare au Canada (cotes de 1 à 3). Cela donne une cote moyenne de 7,3, ce qui représente une cote modérément élevée.

Tableau 97. Degré perçu de fraude fiscale par les entreprises au Canada

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n = 391)

Mesure dans laquelle la fraude fiscale est courante	Total (n = 391)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 215)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 172)	Entreprise à propriétaire unique (n = 182)	Société de personnes (n = 76)	Entreprise constituée en société (n = 55)
8 – 10	49 %	54 %	44 %	38 %	63 %	27 %
4 – 7	34 %	34 %	34 %	42 %	28 %	44 %
1 – 3	8 %	6 %	9 %	8 %	4 %	16 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	9 %	6 %	13 %	12 %	5 %	13 %
Moyenne	7,3	7,5	7,1	6,8	7,9	6,2

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?

Les constatations pertinentes découlant des sous-groupes comprennent les suivantes :

- Les entreprises du Québec étaient plus susceptibles que celles de l'Ontario et de l'Alberta de croire que la fraude fiscale est assez courante (7,9 par rapport à 7,0, 6,6).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles que celles ayant moins d'employés de croire que la fraude fiscale est assez courante (7,6 par rapport à 7,0).
- Les sociétés de personnes (7,9) étaient plus susceptibles que les entreprises à propriétaire unique (6,8) et les entreprises constituées en société (6,2) de croire que la fraude fiscale est assez courante.
- Les répondants qui ont de bonnes cotes de l'indice de confiance (cotes moyennes de 8 à 10) [7,9] ont plus souvent l'impression que la fraude fiscale est courante comparativement à ceux qui ont des cotes de confiance neutres (cotes moyennes de 4 à 7) [6,6] et ceux ayant des cotes de confiance médiocres (cotes moyennes de 1 à 3) [5,9].
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,0] étaient plus susceptibles de croire que la fraude fiscale des entreprises est courante par rapport à ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [6,4] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [6,1].
- 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 (8,5 par rapport à 7,2).

Plusieurs répondants d'entreprise (39 %) estiment que l'Agence consacre les efforts nécessaires pour réduire la fraude fiscale par les entreprises. Pas autant de répondants étaient d'avis que l'Agence déployait trop peu d'efforts (26 %) ou encore trop d'efforts (15 %) pour réduire la fraude fiscale par les entreprises. Les 20 % restants des répondants n'étaient pas certains ou ont refusé de répondre.

Tableau 98. 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 = 391)

Efforts déployés pour réduire la fraude fiscale	Total (n = 391)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 215)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 172)	Entreprise à propriétaire unique (n = 182)	Société de personnes (n = 76)	Entreprise constituée en société (n = 55)
Pas assez d'efforts	26 %	23 %	30 %	25 %	28 %	27 %
Juste assez d'efforts	39 %	41 %	37 %	36 %	39 %	36 %
Trop d'efforts	15 %	20 %	10 %	11 %	24 %	4 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	20 %	17 %	23 %	27 %	9 %	33 %

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?

D'autres comparaisons de sous-groupes révèlent ce qui suit :

- Les entreprises exploitées au Québec (23 %) ont plus tendance que celles exploitées en Ontario (13 %) et en Colombie-Britannique (11 %) à estimer que l'Agence en faisait trop pour réduire la fraude fiscale par les entreprises.
- Les répondants âgés de 65 ans ou plus (44 %) étaient plus susceptibles de décrire les efforts de l'Agence comme étant insuffisants par rapport aux répondants âgés de 25 à 34 ans (16 %), aux répondants âgés de 35 à 49 ans (23 %) et aux répondants âgés de 50 à 64 ans (27 %).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés (21 %) ont plus souvent décrit les efforts de l'Agence comme étant excessifs par rapport à celles qui ont moins d'employés (11 %).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins ont plus souvent décrit les efforts de l'Agence comme étant excessifs par rapport à celles en activité depuis plus de 10 ans (20 % par rapport à 11 %).
- Les répondants qui ont de bonnes cotes de l'indice de confiance (cotes moyennes de 8 à 10) [44 %] étaient deux fois plus susceptibles de croire que l'Agence consacre trop d'efforts par rapport ceux ayant des cotes de l'indice de confiance faibles (cotes moyennes de 1 à 3) [20 %].
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [49 %] étaient plus susceptibles de croire que l'Agence investit les efforts

nécessaires par rapport à ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [30 %] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [20 %]. Inversement, les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant neutre (35 %) et médiocre (29 %) étaient plus susceptibles de ne pas savoir comment évaluer les efforts déployés par l'Agence pour réduire la fraude fiscale par les entreprises (8 % de ceux qui ont indiqué des cotes de rendement élevées).

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 ». La moitié des répondants étaient d'avis que la probabilité était élevée (cotes de 8 à 10) [50 %], tandis qu'un tiers estimaient que la probabilité était modérée (cotes de 4 à 7) [33 %] et 8 % ont estimé que la probabilité était faible (cotes de 1 à 3). Cela donne une cote de probabilité moyenne de 7,3, ce qui représente une cote modérément élevée.

Tableau 99. Probabilité perçue que les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus se font prendre au Canada

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n = 391)

Probabilité que les fraudeurs fiscaux se font prendre	Total (n = 391)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 215)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 172)	Entreprise à propriétaire unique (n = 182)	Société de personnes (n = 76)	Entreprise constituée en société (n = 55)
8 – 10	50 %	57 %	41 %	36 %	66 %	33 %
4 – 7	33 %	33 %	34 %	38 %	30 %	47 %
1 – 3	8 %	7 %	10 %	12 %	3 %	11 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	9 %	4 %	15 %	14 %	1 %	9 %
Moyenne	7,3	7,5	6,9	6,7	7,9	6,6

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 entreprises du Québec étaient plus susceptibles de croire que les entreprises qui trichent se feront prendre (8,0) par rapport aux entreprises de l'Ontario (7,1) et de l'Alberta (6,6).
- Les répondants âgés de 35 à 49 ans étaient plus susceptibles de croire que les entreprises qui trichent se feront prendre (8,0) par rapport à ceux âgés de 25 à 34 ans (7,1), à ceux âgés de 50 à 64 ans (6,7) et à ceux âgés de 65 ans et plus (5,9).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles de croire que les entreprises qui trichent se feront prendre (8,0) par rapport aux entreprises comptant moins d'employés (6,7).
- Les sociétés de personnes (7,9) étaient plus susceptibles de croire que les entreprises qui trichent se feront prendre par rapport aux entreprises à propriétaire unique (6,7) et aux entreprises constituées en société (6,6).
- Les répondants qui ont de bonnes cotes de l'indice de confiance (cotes moyennes de 8 à 10) [8,2] ont plus souvent l'impression que les entreprises qui trichent se feront prendre comparativement à ceux qui ont des cotes de confiance neutres (cotes moyennes de 4 à 7) [6,4] et ceux ayant des cotes de confiance médiocres (cotes moyennes de 1 à 3) [5,3].
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) (8,3) étaient plus susceptibles d'être d'avis que les entreprises qui trichent se feront prendre comparativement à ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) (6,1) ou médiocre (cotes de 1 à 3) (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 (6,3) ont attribué une cote moyenne de probabilité plus faible que ceux qui sont d'avis que l'Agence fait juste assez d'efforts (7,9) et ceux qui pensent que l'Agence consacre trop d'efforts (8,3).

On a demandé aux entreprises d'indiquer la 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, 47 % ont indiqué d'être 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 58 %.

Tableau 100. 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 = 391)

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	58 %	25 %	9 %	8 %	7,5
Soupçon que l'entreprise pratique la fraude fiscale	47 %	26 %	16 %	10 %	6,7

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... ?

Les constatations suivantes des sous-groupes sont dignes de mention :

- Les répondants âgés de 35 à 49 ans étaient plus susceptibles de signaler des fraudeurs fiscaux soupçonnés (7,4) que ceux âgés de 25 à 34 ans (6,5), ceux âgés de 50 à 64 ans (6,1) et ceux âgés de plus de 65 ans (4,9).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins sont plus susceptibles de signaler les fraudeurs fiscaux soupçonnés (7,2) et connus (7,8) que celles qui étaient en activité depuis plus longtemps (6,0 et 7,2, respectivement).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles de signaler les fraudeurs fiscaux soupçonnés (7,6) que les entreprises comptant moins d'employés (5,8). Elles étaient également plus susceptibles de les signaler si elles étaient certaines (8,0 par rapport à 7,1).
- Les entreprises constituées en société étaient les moins susceptibles de signaler les fraudeurs soupçonnés (4,3). La probabilité moyenne augmente à 6,1 chez les entreprises à propriétaire unique et à 7,6 chez les sociétés de personnes. Les entreprises constituées en société étaient également les moins susceptibles de les signaler, même si elles le savaient avec certitude (6,3 par rapport à 7,3, 7,8).

- La probabilité de signaler des fraudeurs augmente avec les cotes de l'indice de confiance, peu importe si la fraude est soupçonnée ou connue avec certitude. Les répondants qui se trouvaient dans la fourchette la plus élevée de l'indice de confiance (7,7 si la fraude est soupçonnée et 8,3 si elle est connue avec certitude) étaient plus susceptibles de signaler des cas de fraude que ceux qui se trouvaient dans la fourchette modérée de l'indice de confiance (5,6 et 6,9) qui, à leur tour, étaient plus susceptibles de signaler les cas de fraude que ceux qui se trouvaient dans la fourchette la plus faible de l'indice de confiance (4,3 et 5,8).
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,0 si la fraude est soupçonnée et 8,4 si elle est connue avec certitude] étaient également plus susceptibles de signaler les fraudeurs que ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [5,1 et 6,6] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [4,8 et 6,4].
- Les entreprises qui ont eu une communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois étaient plus susceptibles de signaler des fraudeurs soupçonnés que celles qui n'ont pas communiqué avec l'Agence (7,2 par rapport à 6,0). Elles étaient également plus susceptibles de les signaler si elles étaient certaines (7,8 par rapport à 7,2).

Pour mieux comprendre les perceptions liées aux fraudeurs fiscaux d'entreprise qui se font prendre, on a demandé aux répondants dans quelle mesure ils étaient d'accord avec deux énoncés précis en utilisant une échelle de 1 à 10, 1 étant « tout à fait en désaccord » et 10 étant « tout à fait d'accord » : Faisant écho aux résultats présentés plus tôt dans le présent rapport concernant la probabilité que des fraudeurs fiscaux se fassent prendre, 46 % des entreprises sont tout à fait d'accord pour dire que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale. Cela dit, une proportion semblable (46 %) croit que 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.

Tableau 101. Perception d'attraper les fraudeurs fiscaux

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)/échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n = 391)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux. (B-3m)	46 %	30 %	13 %	11 %	6,9
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. (F-6c)	46 %	25 %	21 %	8 %	6,4

B-3. Comment évalueriez-vous l'Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? 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. /**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.

Les constatations suivantes des sous-groupes sont dignes de mention :

- Les entreprises du Québec étaient plus susceptibles que les entreprises de toute autre région de convenir que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale (7,8). Cela dit, elles étaient également les plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence n'aura jamais connaissance du revenu reçu en espèces s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus (7,6).
- Les répondants âgés de 25 à 34 ans (7,1) et ceux âgés de 35 à 49 ans (7,8) étaient plus susceptibles que ceux âgés de 50 à 64 ans (6,2) et ceux âgés de 65 ans et plus (5,5) d'être d'accord que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale.
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale par rapport à celles qui ont moins d'employés (7,9 par rapport à 6,2). Elles étaient également plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence n'aura jamais connaissance du revenu reçu en espèces s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus (6,8) par rapport à celles qui ont moins d'employés (5,8).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins sont plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale par rapport à celles qui sont en activité depuis plus longtemps (7,6 par rapport à 6,1).

- Les entreprises constituées en société étaient les moins susceptibles d'être d'accord que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale (5,2) et les moins susceptibles d'être d'accord que l'Agence n'aura jamais connaissance du revenu reçu en espèces s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus (4,6). L'accord moyen augmente à 6,6 et à 5,7 pour chaque énoncé parmi les entreprises à propriétaire unique et à 7,8 et 7,0 parmi les sociétés de personnes.
- La mesure dans laquelle les Canadiens croient en la capacité de l'Agence à attraper les fraudeurs fiscaux augmente avec les cotes de l'indice de confiance. Ceux qui se situent dans la fourchette la plus élevée de l'indice de confiance (8,4) étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux par rapport à ceux dans la fourchette modérée de l'indice de confiance (6,0) qui, à leur tour, étaient plus susceptibles d'être d'accord que ceux dans la fourchette la plus faible de l'indice de confiance (3,5).

Même s'ils attribuent une cote élevée à l'Agence dans l'indice de confiance, ces mêmes répondants étaient également plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence n'aura jamais connaissance du revenu reçu en espèces s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus (7,2) par rapport à ceux dans la fourchette modérée de l'indice de confiance (5,5) et ceux dans la fourchette la plus faible de l'indice de confiance (4,7).

- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,3] étaient plus susceptibles d'être d'avis que l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux comparativement à ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [5,6] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [4,0]. Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [7,1] étaient également plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence n'aura jamais connaissance du revenu reçu en espèces s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus par rapport à ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [5,5] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [5,2].
- Les entreprises qui ont eu une communication récente avec l'Agence étaient plus susceptibles d'être d'avis que l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux comparativement à ceux qui n'ont pas communiqué avec l'Agence (7,3 par rapport à 6,4).
- Les entreprises qui estiment que l'Agence en fait trop peu pour attraper les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus avaient tendance à être les moins susceptibles d'être d'accord pour dire que l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux (6,1) par rapport à ceux qui estiment que l'Agence fait juste assez d'efforts (7,9) et à ceux qui estiment qu'elle consacre trop d'efforts (8,2).

Perceptions de la fraude fiscale

On a demandé aux entreprises dans quelle mesure elles étaient d'accord avec une série d'énoncés liés à la fraude fiscale en utilisant une échelle de 1 à 10, 1 étant « tout à fait en désaccord » et 10 étant « tout à fait d'accord ».

Environ les trois quarts des entreprises (72 %) sont tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que la fraude fiscale des entreprises réduit l'argent disponible pour les services essentiels. Presque le même nombre (67 %) sont tout à fait d'accord que les entreprises qui ne paient pas d'impôt sur tous les revenus ou qui ne perçoivent pas la TPS ou la TVH ont un avantage injuste par rapport aux entreprises qui le font. Un peu moins (62 %) ont convenu qu'il est acceptable que l'Agence utilise des renseignements accessibles au public (comme les médias sociaux) pour attraper les entreprises qui commettent des fraudes fiscales, tandis que 59 % ont convenu que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales devant les tribunaux. Au moins la moitié (52 %) étaient tout à fait d'accord que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale.

Le fort accord baisse à 32 % lorsqu'il s'agit de croire qu'il est acceptable pour les entreprises de ne pas déclarer les revenus reçus en espèces.

Tableau 102. Perceptions de la fraude fiscale

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n = 391)

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.	72 %	19 %	6 %	2 %	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.	67 %	22 %	5 %	6 %	8,1
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.	62 %	20 %	11 %	6 %	7,7
L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales.	59 %	20 %	15 %	6 %	7,2
Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future.	52 %	27 %	12 %	9 %	7,1
Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant.	32 %	19 %	46 %	3 %	4,7

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.

Les constatations découlant des sous-groupes pertinents concernant ces énoncés comprennent les suivantes :

- Les points de vue des entreprises du Québec diffèrent de ceux des entreprises des autres régions du pays sur un certain nombre d'énoncés. Plus particulièrement, elles étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les énoncés suivants :
 - Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant (6,1).
 - Lorsque des entreprises trichent dans leurs déclarations de revenus, cela réduit les fonds disponibles pour les services essentiels (8,8).
 - Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (7,9).

- 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 (8,3).
- L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (8,4).
- Dans les différents groupes d'âge, les différences suivantes ont été notées :
 - Les répondants âgés de 50 à 64 ans (3,7) et ceux âgés de 65 ans ou plus (2,2) étaient moins susceptibles que les jeunes adultes d'être d'accord pour dire qu'il est acceptable pour les entreprises de ne pas déclarer les revenus reçus en espèces.
 - Les personnes âgées de 35 à 49 ans étaient plus susceptibles que celles de toute autre tranche d'âge d'être d'accord que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (7,8).
 - Les répondants âgés de 25 à 34 ans étaient les moins susceptibles d'être d'accord qu'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 (6,2).
 - Les personnes âgées de 35 à 49 ans étaient les répondants montrant le plus d'appui en ce qui concerne la publication par l'Agence d'une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (7,8).
- Les hommes étaient plus susceptibles que les femmes d'appuyer l'idée que l'Agence publie une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (7,7 par rapport à 6,6).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les énoncés suivants que celles comptant moins d'employés :
 - Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant (5,8 par rapport à 3,6).
 - Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (7,8 par rapport à 6,6).
 - L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (8,2 par rapport à 6,4).
- Ceux qui se trouvaient dans les fourchettes de cotes de l'indice de confiance la plus faible (cotes de 1 à 3) et modérée (cotes de 4 à 7) ont systématiquement fourni des cotes

d'accord plus faibles dans l'ensemble des énoncés par rapport à ceux dans la fourchette de l'indice de confiance la plus élevée (cotes de 8 à 10).

- De même, les répondants qui ont attribué une cote de rendement global médiocre (cotes de 1 à 3) et neutre (cotes de 4 à 7) pour l'Agence ont également fourni des cotes d'accord plus faibles dans l'ensemble des énoncés par rapport à ceux qui ont indiqué des cotes de rendement global élevées (cotes de 8 à 10).
- Les entreprises qui estimaient que l'Agence en faisait trop pour attraper les fraudeurs fiscaux étaient plus susceptibles d'être d'accord qu'il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant par rapport à celles qui estiment que l'Agence a déployé les efforts nécessaires ou trop peu d'efforts (6,9 par rapport à 5,3, 4,0).

Ceux qui estimaient que l'Agence en faisait trop peu pour attraper les fraudeurs fiscaux étaient les moins susceptibles d'être d'accord que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (6,4).

Les entreprises qui estiment que l'Agence en fait trop peu pour attraper les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus étaient également plus susceptibles d'être d'accord avec les énoncés suivants comparativement à celles qui estimaient que l'Agence consacrait les efforts nécessaires :

- Lorsque des entreprises trichent dans leurs déclarations de revenus, cela réduit les fonds disponibles pour les services essentiels (8,8 par rapport à 8,1).
 - 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 par rapport à 7,9).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins avaient tendance de fournir une cote d'accord moyenne plus élevée pour les énoncés suivants par rapport à celles en activité depuis plus de 10 ans :
 - Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant (5,1 par rapport à 4,1).
 - Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (7,6 par rapport à 6,6).

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 ».

Une grande majorité (83 %) des répondants étaient 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 ont considéré les énoncés suivants comme de graves cas de fraude : payer des employés en argent comptant pour éviter les impôts sur la paie (77 %), ne pas déclarer des biens ou des revenus étrangers (77 %), sous-déclarer un revenu en espèces (75 %), recevoir un crédit pour dons de bienfaisance qui était plus élevé que le don (74 %) et les dépenses déclarées en trop (73 %).

De plus, environ les deux tiers des répondants considéraient que les activités suivantes constituent de graves cas de fraude : ne pas réclamer de l'argent provenant de la location de chambres ou de maisons à l'aide de sites Web en ligne (70 %), ne pas enregistrer son entreprise (69 %) et réaliser un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans le déclarer (68 %). Un peu plus de la moitié (55 %) était d'avis que le fait de ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les médias sociaux était un grave cas de fraude fiscale.

La cote moyenne pour toutes les mesures était élevée (cotes de 8 à 10), à l'exception de l'énoncé « ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les médias sociaux », qui a obtenu une cote modérée de 7,3.

Tableau 103. Perceptions de comportements d'évitement fiscal

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n = 391)

Comportements d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations	83 %	15 %	1 %	1 %	8,8
Omission de déclarer des biens ou des revenus à l'étranger, y compris ceux qui sont mis à l'abri dans des paradis fiscaux	77 %	18 %	3 %	3 %	8,6
Payer des employés en argent comptant pour éviter les impôts sur les salaires	77 %	20 %	2 %	2 %	8,4
Sous-estimation du revenu gagné en argent comptant	75 %	21 %	2 %	2 %	8,4
Obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question	74 %	22 %	2 %	3 %	8,4
Dépenses réclamées en trop	73 %	24 %	2 %	1 %	8,3
Ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne	70 %	25 %	3 %	2 %	8,2
Non-enregistrement d'une entreprise	69 %	19 %	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	68 %	20 %	4 %	9 %	8,2
Ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux	55 %	24 %	12 %	9 %	7,3

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 comportements liés à la fraude fiscale par les entreprises, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles de considérer les énoncés suivants comme de la fraude grave par rapport à celles comptant moins d'employés :
 - Sous-estimation du revenu gagné en argent comptant (8,6 par rapport à 8,2).
 - Dépenses déclarées en trop (8,6 par rapport à 8,1).
 - Non-enregistrement d'une entreprise (8,6 par rapport à 7,7).

- Ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne (8,5 par rapport à 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 (8,5 par rapport à 8,0).
- Ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux (7,8 par rapport à 6,9).
- Ceux qui se trouvaient dans les fourchettes de cotes de l'indice de confiance la plus faible (cotes de 1 à 3) et modérée (cotes de 4 à 7) ont systématiquement fourni des cotes de gravité inférieures pour tous les comportements par rapport à ceux dans la fourchette de l'indice de confiance la plus élevée (cotes de 8 à 10).
- Pour les comportements 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 :
 - Sous-estimation du revenu gagné en argent comptant (8,7 par rapport à 8,3).
 - Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations (9,3 par rapport à 8,6).
 - Omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration, y compris ceux de paradis fiscaux (9,0 par rapport à 8,5).

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, 43 % des répondants estimaient que cela représentait un grave cas de fraude fiscale (cotes de 8 à 10), tandis que 21 % 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 \$. Compte tenu de ce scénario, 23 % ont estimé que l'action était une fraude grave, tandis que 30 % ont fourni des cotes de 5 ou moins.

On a ensuite demandé à ces quelques répondants (n = 9) d'évaluer la gravité d'éviter de payer 50 000 \$ à titre d'impôt. Dans un tel cas, trois répondants estiment qu'il s'agit d'un grave cas de fraude, et cinq répondants ont attribué une cote de 5 ou moins. Ces résultats doivent être traités avec une extrême prudence compte tenu de la très petite taille de l'échantillon en cause.

Tableau 104. 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 = 141)

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 = 141)	43 %	49 %	6 %	2 %	7,1
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 10 000 \$ à titre d'impôt (n = 30)	23 %	67 %	10 %	-	6,1
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 50 000 \$ à titre d'impôt (n = 9)	33 %	44 %	22 %	-	5,3

FB-9. Vous avez noté [INSÉREZ LE SCÉNARIO ICI] comme n'étant pas un grave cas de fraude fiscale. Veuillez tenir compte du 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 cote donneriez-vous :

Enfin, on a demandé aux PME canadiennes d'évaluer l'importance de deux efforts de recouvrement précis de l'Agence en utilisant 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 assez 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. Une proportion semblable (70 %) estimait qu'il était très important pour l'Agence de recouvrer les impôts impayés lorsque les gens travaillent au noir pour de l'argent comptant.

Tableau 105. Importance des efforts de recouvrement en cas d'évitement fiscal

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n = 391)

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 %	25 %	2 %	2 %	8,4
Recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens travaillent clandestinement pour de l'argent	70 %	22 %	6 %	2 %	8,0

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 :

- Les entreprises du Québec étaient les plus susceptibles d'accorder une importance au recouvrement des impôts impayés par l'Agence lorsque les gens travaillent au noir pour de l'argent comptant (8,7) et lorsque les gens omettent de déclarer des biens ou des revenus étrangers imposables (8,6).
- Les répondants âgés de 35 à 49 ans (8,4), de 50 à 64 ans (8,6) et de 65 ans et plus (8,7) étaient tous plus susceptibles d'accorder de l'importance au recouvrement des impôts impayés par l'Agence lorsque les gens omettent de déclarer des biens ou des revenus étrangers imposables comparativement aux répondants âgés de 25 à 34 ans (7,6).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles de mettre l'accent sur l'importance du recouvrement des impôts impayés par l'Agence lorsque les gens travaillent au noir pour de l'argent comptant (8,5) par rapport à celles qui ont moins d'employés (7,6).
- Les sociétés de personnes étaient plus susceptibles de valoriser le recouvrement des impôts impayés par l'Agence lorsque les gens travaillent au noir pour de l'argent comptant (8,2) que les entreprises constituées en société (7,4).
- Les répondants dans la fourchette la plus élevée de l'indice de confiance (cotes de 8 à 10) étaient plus susceptibles que ceux dans les fourchettes inférieures de mettre l'accent sur l'importance des deux méthodes de recouvrement.
- Ceux qui estiment que l'Agence n'en fait pas assez pour réduire la fraude fiscale des entreprises ont fourni des cotes d'importance plus élevées en ce qui concerne le recouvrement des impôts impayés par l'Agence lorsque les gens ne déclarent pas des biens ou des revenus étrangers imposables. Leur cote d'importance moyenne était de 8,9 par rapport à 8,3 chez ceux qui estiment que l'Agence a déployé les efforts nécessaires et de 8,4 chez ceux qui estiment que l'Agence consacre trop d'efforts.

Intermédiaires fiscaux

Impôt et services reçus

On a demandé aux intermédiaires fiscaux de comparer le niveau d'impôt les entreprises canadiennes paient par rapport aux services qu'ils ont reçus des gouvernements. Bien qu'un tiers des répondants croient qu'ils paient le bon montant (33 %), une plus grande proportion estime que le niveau d'impôt payé est trop élevé (44 %). Parmi ce dernier groupe, 14 % estiment qu'ils en paient beaucoup trop et 30 % estiment qu'ils en paient un peu trop. Près d'un cinquième des répondants (17%) étaient d'avis que les entreprises canadiennes paient trop peu d'impôts.

Tableau 106. 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 = 417)

Impôt et services reçus	Total (n = 417)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 224)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 185)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 250)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n = 136)
Beaucoup trop	14 %	12 %	17 %	16 %	12 %
Un peu trop	30 %	34 %	25 %	30 %	32 %
Juste assez	33 %	35 %	31 %	30 %	38 %
Trop peu	17 %	14 %	19 %	18 %	13 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	6 %	4 %	6 %	5 %	6 %

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?

Les intermédiaires fiscaux exerçant des activités au Québec étaient plus susceptibles de croire que les entreprises paient trop peu d'impôt par rapport à ceux de l'Alberta (23 % par rapport à 8 %).

De plus, les intermédiaires fiscaux qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant médiocre (cotes de 1 à 3) (37 %) 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) (14 %) ou bon (cotes de 8 à 10) (6 %).

Attraper les fraudeurs fiscaux

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 ». Un tiers des personnes interrogées (34 %) estiment que la fraude fiscale par les entreprises est courante (cotes de 8 à 10), tandis que près de la moitié (46 %) sont d'avis qu'elle est modérément courante (cotes de 4 à 7). Beaucoup moins de répondants (13 %) ont décrit la fraude fiscale par les entreprises comme étant peu courante (cotes de 1 à 3) au Canada. Cela donne lieu à une cote de probabilité moyenne de 6,5.

Tableau 107. Degré perçu de fraude fiscale par les entreprises au Canada

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n = 417)

Mesure dans laquelle la fraude fiscale est courante	Total (n = 417)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 224)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 185)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 250)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n = 136)
8 – 10	34 %	35 %	32 %	36 %	33 %
4 – 7	46 %	48 %	44 %	47 %	44 %
1 – 3	13 %	9 %	16 %	11 %	15 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	7 %	7 %	8 %	6 %	7 %
Moyenne	6,5	6,6	6,3	6,6	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?

Les intermédiaires fiscaux exerçant des activités au Québec (6,5) et en Ontario (6,8) étaient plus susceptibles de décrire la fraude fiscale des entreprises comme étant plus courante en moyenne par rapport à ceux de l'Alberta (5,7).

Plusieurs intermédiaires fiscaux (47 %) croyaient que l'Agence déploie les efforts nécessaires pour réduire la fraude fiscale par les entreprises. En revanche, près de trois répondants sur dix estiment que l'Agence fait trop peu d'efforts (29 %), tandis que moins de répondants (11 %) ont indiqué que trop d'efforts sont investis. Les 14 % restants des répondants n'étaient pas certains ou ont refusé de répondre.

Tableau 108. 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 = 417)

Efforts déployés pour réduire la fraude fiscale	Total (n = 417)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 224)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 185)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 250)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n = 136)
Pas assez d'efforts	29 %	23 %	36 %	30 %	29 %
Juste assez d'efforts	47 %	55 %	37 %	43 %	57 %
Trop d'efforts	11 %	13 %	8 %	13 %	7 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	14 %	9 %	19 %	15 %	7 %

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?

Les constatations notables découlant des sous-groupes comprennent les suivantes :

- Les intermédiaires fiscaux en activité depuis plus de 10 ans étaient plus susceptibles de croire que l'Agence déploie trop peu d'efforts pour réduire la fraude fiscale par les entreprises par rapport à ceux qui exercent leurs activités depuis moins d'années (36 % par rapport à 23 %).
- De plus, ceux qui n'ont pas interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois étaient plus susceptibles de croire que l'Agence déploie les efforts nécessaires pour réduire la fraude fiscale par les entreprises par rapport à ceux qui ont communiqué avec l'Agence (57 % par rapport à 43 %).
- De plus, les intermédiaires fiscaux qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant médiocre (cotes de 1 à 3) (50 %) sont plus enclins à estimer que l'Agence déploie trop peu d'efforts que ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) (30 %) ou bon (cotes de 8 à 10) (18 %).

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 d'un tiers des répondants (35 %) estiment que la probabilité est élevée (cotes de 8 à 10), tandis que 45 % estiment qu'elle est modérée et 14 % considèrent que la probabilité est faible (cotes de 1 à 3). Cela donne lieu à une cote de probabilité moyenne de 6,3.

Tableau 109. Probabilité perçue que les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus se font prendre au Canada

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n = 417)

Probabilité que les fraudeurs fiscaux se font prendre	Total (n = 417)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 224)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 185)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 250)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n = 136)
8 – 10	35 %	38 %	32 %	36 %	37 %
4 – 7	45 %	47 %	41 %	44 %	44 %
1 – 3	14 %	8 %	21 %	14 %	14 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	6 %	6 %	6 %	6 %	5 %
Moyenne	6,3	6,6	5,9	6,4	6,2

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?

Les constatations pertinentes découlant des sous-groupes 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 (6,6 par rapport à 5,9).
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [7,3] étaient plus susceptibles d'être d'avis que les entreprises qui trichent se feront prendre comparativement à ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [6,0] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [4,4].

On a demandé aux intermédiaires fiscaux d'indiquer la 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, 31 % ont indiqué d'être 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 46 %.

Tableau 110. 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 = 417)

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	46 %	32 %	14 %	8 %	6,9
Soupçon que l'entreprise pratique la fraude fiscale	31 %	42 %	18 %	8 %	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...?

Les constatations pertinentes découlant des sous-groupes comprennent les suivantes :

- Les intermédiaires fiscaux exerçant leurs activités en Alberta (6,7 si la fraude est soupçonnée et 7,1 si elle est connue avec certitude) et en Colombie-Britannique (6,6 et 7,3) étaient plus susceptibles d'indiquer qu'ils dénonceraient des entreprises qui trichent par rapport à ceux du Québec (5,7 et 6,1).
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [6,7 si la fraude est soupçonnée et 7,6 si elle est connue avec certitude] étaient également plus susceptibles de signaler les fraudeurs que ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [5,9 et 6,6] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [4,8 et 6,1].
- De plus, ceux qui ont interagi avec l'Agence récemment (6,4 si la fraude est soupçonnée et 7,2 si elle est connue avec certitude) étaient plus susceptibles de signaler des tricheurs que ceux qui n'ont pas communiqué avec l'Agence (5,7 et 6,4).

Pour mieux comprendre les perceptions liées aux fraudeurs fiscaux d'entreprise qui se font prendre, on a demandé aux répondants dans quelle mesure ils étaient d'accord avec deux énoncés précis en utilisant une échelle de 1 à 10, 1 étant « tout à fait en désaccord » et 10 étant « tout à fait d'accord » : Environ deux intermédiaires fiscaux sur cinq (40 %) sont tout à fait d'accord pour dire que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale. Cela dit, une proportion semblable croit que 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 (35 %).

Tableau 111. Perception d'attraper les fraudeurs fiscaux

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 810)/échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n = 417)

Énoncés d'impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux. (B-3m)	40 %	39 %	16 %	5 %	6,5
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. (F-6c)	35 %	39 %	19 %	8 %	6,0

B-3. Comment évalueriez-vous l'Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? /**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 « tout à fait en désaccord » et 10 signifie « tout à fait d'accord ». d'être d'accord pour dire que l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux par rapport aux intermédiaires fiscaux dans la plupart des autres régions.

- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) (8,0) étaient également plus susceptibles d'être d'avis que l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux comparativement à ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) (6,1) ou médiocre (cotes de 1 à 3) (4,0).
- Les intermédiaires fiscaux qui sont en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence n'aura jamais connaissance du revenu reçu en espèces s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus (6,3 par rapport à 5,7 chez ceux qui sont en activité depuis plus longtemps).

On a demandé aux intermédiaires fiscaux dans quelle mesure ils étaient d'accord avec une série d'énoncés liés à la fraude fiscale en utilisant une échelle de 1 à 10, 1 étant « tout à fait en désaccord » et 10 étant « tout à fait d'accord ».

La majorité des intermédiaires fiscaux étaient fortement d'accord (cotes de 8 à 10) avec la moitié des énoncés présentés. Plus précisément, 58 % étaient tout à fait d'accord que les entreprises qui fraudent leur impôt sur le revenu réduisent l'argent disponible pour les services essentiels, et 53 % étaient fortement d'accord que les entreprises qui ne paient pas d'impôt sur tous les revenus ou qui ne perçoivent pas la TPS ou la TVH ont un avantage injuste par rapport à celles qui le font et 52 % des répondants étaient tout à fait d'accord avec le fait qu'il est acceptable que l'Agence utilise des renseignements accessibles au public pour attraper les entreprises faisant de la fraude fiscale.

De plus, deux autres cinquièmes des intermédiaires fiscaux étaient fortement d'accord pour dire que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales (43 %) et que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (40 %). Les intermédiaires fiscaux étaient les moins susceptibles d'être d'accord pour dire qu'il est acceptable pour les entreprises de ne pas déclarer les revenus reçus en espèces (20 %) – avec près de la moitié qui était plutôt entièrement en désaccord avec ce type d'activité (49 %).

Tableau 112. Perceptions de la fraude fiscale

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n = 417)

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.	58 %	33 %	6 %	3 %	7,5
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.	53 %	35 %	6 %	6 %	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.	52 %	32 %	11 %	5 %	7,1
L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales.	43 %	34 %	18 %	5 %	6,5
Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future.	40 %	41 %	14 %	5 %	6,6
Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant.	20 %	29 %	49 %	2 %	4,2

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.

Les constatations découlant des sous-groupes pertinents concernant ces énoncés comprennent les suivantes :

- Les intermédiaires fiscaux en activité depuis plus de 10 ans étaient plus susceptibles d'être d'accord 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 par rapport à celles qui le font (7,8 par rapport à 7,1 chez ceux qui sont en activité depuis 10 ans ou moins). Ils étaient

également plus susceptibles d'être d'accord que lorsque des entreprises trichent dans leurs déclarations de revenus, cela réduit les fonds disponibles pour les services essentiels (7,9 par rapport à 7,2).

Inversement, les intermédiaires fiscaux 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 pour les énoncés suivants :

- Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant (4,9 par rapport à 3,2).
- Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (6,8 par rapport à 6,2).
- Ceux qui se trouvaient dans les fourchettes de cotes de l'indice de confiance la plus faible (cotes de 1 à 3) et modérée (cotes de 4 à 7) ont systématiquement fourni des cotes d'accord plus faibles dans l'ensemble des énoncés par rapport à ceux dans la fourchette de l'indice de confiance la plus élevée (cotes de 8 à 10).
- De même, les répondants qui ont attribué une cote de rendement global médiocre (cotes de 1 à 3) et neutre (cotes de 4 à 7) pour l'Agence ont également fourni des cotes d'accord plus faibles dans l'ensemble des énoncés par rapport à ceux qui ont indiqué des cotes de rendement global élevées (cotes de 8 à 10).

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 ».

Les comportements d'évitement fiscal les plus susceptibles d'être considérés comme de la fraude fiscale comprenaient la production de fausses déclarations pour les programmes de prestations fiscales (65 %) et la non-réclamation de biens ou de revenus étrangers (62 %). Un peu plus de la moitié des répondants considéraient que les activités suivantes constituaient de graves cas de fraude fiscale (cote de 8 à 10) : sous-déclaration du revenu en espèces (57 %), non-inscription de son entreprise (56 %), demande de remboursement de dépenses en trop (56 %), paiement en espèces pour éviter l'impôt sur le revenu (55 %) et ne pas demander de l'argent pour la location de chambres ou de maisons à l'aide de sites Web en ligne (51 %).

De plus, près de la moitié (48 %) étaient 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. Une proportion semblable (47 %) croyait que le fait de réaliser un profit en achetant ou

en vendant de la cryptomonnaie sans le déclarer était un grave cas de fraude fiscale. La gravité diminue lorsqu'il s'agit d'obtenir une « aubaine » sur les réparations de la maison ou de la voiture en échange d'argent comptant (39 %) et de ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux (38 %), même si une proportion considérable est d'avis qu'il s'agit de formes graves de fraude fiscale.

Tableau 113. Perceptions de comportements d'évitement fiscal

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n = 417)

Comportements d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	SP/RR	Moyenne
Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations	65 %	29 %	3 %	2 %	8,1
Omission de déclarer des biens ou des revenus à l'étranger, y compris ceux qui sont mis à l'abri dans des paradis fiscaux	62 %	29 %	6 %	3 %	7,8
Sous-estimation du revenu gagné en argent comptant	57 %	35 %	5 %	2 %	7,5
Non-enregistrement d'une entreprise	56 %	33 %	6 %	5 %	7,6
Dépenses réclamées en trop	56 %	36 %	5 %	2 %	7,4
Travailler et recevoir une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu	55 %	37 %	6 %	2 %	7,5
Ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne	51 %	39 %	7 %	3 %	7,3
Promouvoir un programme de dons de bienfaisance alors que les crédits d'impôt dépassent le montant donné	48 %	37 %	8 %	7 %	7,3
Ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie, c'est-à-dire une monnaie numérique comme le bitcoin	47 %	37 %	11 %	6 %	7,1
Obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant	39 %	42 %	14 %	5 %	6,4
Ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux	38 %	40 %	15 %	7 %	6,4

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 :

- Pour les comportements 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 (8,7 par rapport à 7,7).
 - Omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration, y compris ceux de paradis fiscaux (8,4 par rapport à 7,4).
 - Non-enregistrement d'une entreprise (8,2 par rapport à 7,3).
 - Sous-estimation du revenu gagné en argent comptant (8,0 par rapport à 7,3).
 - Travailler et recevoir une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu (8,0 par rapport à 7,1).
 - Dépenses déclarées en trop (7,8 par rapport à 7,2).
 - Promouvoir un programme de dons de bienfaisance alors que les crédits d'impôt dépassent le montant donné (7,7 par rapport à 7,0).
 - 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 par rapport à 7,0).
 - Ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie, c'est-à-dire une monnaie numérique comme le bitcoin (7,6 par rapport à 6,7).

On a ensuite demandé aux intermédiaires fiscaux qui avaient attribué une cote de 5 ou moins à au moins une activité 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, 28 % des répondants estimaient que cela représentait un grave cas de fraude fiscale (cotes de 8 à 10), tandis que 40 % 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 \$. Compte tenu de ce scénario, 13 % ont estimé que l'action était une fraude grave, tandis que 49 % ont fourni des cotes de 5 ou moins.

On a ensuite demandé à ces répondants (n = 47) d'évaluer la gravité d'éviter de payer 50 000 \$ à titre d'impôt. Dans un tel cas, 6 % des répondants estiment qu'il s'agit d'un grave cas de fraude, et 68 % des répondants ont attribué une cote de 5 ou moins.

Tableau 114. 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 = 238)

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 = 238)	28 %	54 %	14 %	4 %	6,0
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 10 000 \$ à titre d'impôt (n = 96)	13 %	65 %	21 %	2 %	5,3
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 50 000 \$ à titre d'impôt (n = 47)	6 %	60 %	32 %	2 %	4,4

FB-9. Vous avez noté [INSÉREZ LE SCÉNARIO ICI] comme n'étant pas un grave cas de fraude fiscale. Veuillez tenir compte du 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 cote donneriez-vous :

Enfin, on a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens d'évaluer l'importance de deux efforts de recouvrement précis de l'Agence en utilisant une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout important » et 10, « très important ». Une petite majorité (54 %) des répondants estiment qu'il est assez 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. Ce type d'activité a reçu une cote d'importance moyenne de 7,6. Une proportion semblable (54 %) de répondants estiment qu'il est très 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 115. Importance des efforts de recouvrement en cas d'évitement fiscal

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n = 417)

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	54 %	38 %	5 %	3 %	7,6
Recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens travaillent clandestinement pour de l'argent	54 %	36 %	8 %	2 %	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...?

Les constatations découlant des sous-groupes pertinents concernant ces efforts comprennent les suivantes :

- Les intermédiaires fiscaux en activité depuis plus de 10 ans avaient tendance à fournir des cotes d'importance moyenne plus élevées en ce qui concerne le recouvrement des impôts impayés par l'Agence lorsque les gens omettent de déclarer des biens ou des revenus étrangers imposables par rapport à ceux qui exercent leurs activités depuis 10 ans ou moins (8,1 par rapport à 7,3).
- Les entreprises qui ont interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois étaient plus susceptibles d'accorder de l'importance au recouvrement des impôts impayés par l'Agence lorsque les gens omettent de déclarer des biens ou des revenus étrangers imposables par rapport à celles qui n'ont pas interagi avec l'Agence (7,9 par rapport à 7,3).
- Les répondants dans la fourchette la plus élevée de l'indice de confiance (cotes de 8 à 10) étaient plus susceptibles que ceux dans les fourchettes inférieures d'attribuer une valeur à chaque type d'effort.

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 taux de cotes de rendement globales de l'Agence. Chaque modèle détaillé illustre 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 le rendement global 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, avec un sous-ensemble de facteurs demandé qu'aux personnes avec qui la communication a eu lieu 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 ($r^2 = 0,53$), ce qui explique un peu plus de la moitié des résultats des cotes de rendement globales. Bien que certains facteurs causals 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 116. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi la population générale – facteurs de confiance

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,53$	Cote (% – cote de 8 à 10)
26 %	Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste.	43 %
24 %	L'Agence est serviable.	41 %
14 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable.	38 %
13 %	L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens.	44 %
12 %	Les gens de l'Agence sont capables de bien faire leur travail.	50 %
11 %	J'ai confiance que l'Agence traitera mes renseignements personnels de manière appropriée.	59 %
9 %	L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus.	47 %
-2 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	27 %
-3 %	Je crois que les employés de l'Agence sont dignes de confiance.	54 %
-5 %	L'Agence traite tout le monde de la même façon.	38 %

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 sept caractéristiques qui représentent en majeure partie l'écart expliqué (confiance, serviabilité, traitement équitable, avantages pour les Canadiens, capacité, traitement des renseignements personnels, et facilité de production), 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, 59 % des Canadiens ont attribué une cote de 8, 9 ou 10 sur 10 à l'Agence pour ce qui est de la confiance à l'Agence pour traiter les renseignements personnels, 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. Cela pourrait indiquer que certains facteurs de causalité sont manquants dans le modèle, ce qui pourrait contribuer aux cotes de rendement de l'Agence, ou qu'il pourrait y avoir des facteurs qui ne relèvent pas de la portée de l'influence de l'Agence.

Tableau 117. 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)
47 %	Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	67 %
22 %	Le service offert par l'Agence était facile à accéder.	54 %
19 %	Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun.	57 %
15 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	60 %
11 %	Le représentant de l'Agence était professionnel.	75 %
8 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	73 %
-6 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	68 %
-15 %	Le représentant de l'Agence était poli.	74 %

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 trois caractéristiques qui représentaient la majeure

partie de l'écart expliqué : le fait que le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre la situation, la facilité d'accès et le service en temps opportun.

Bien que la facilité d'accès au service ait été parmi les caractéristiques les plus importantes pour la population générale, cette caractéristique a seulement reçu une importance dérivée de 22 % (bien que plus de la moitié des répondants aient donné une cote de 8, 9 ou 10). Cela devrait être considéré comme un secteur prioritaire pour l'Agence. Inversement, les caractéristiques du professionnalisme (75 %) et de la courtoisie du représentant (74 %) ont obtenu une cote élevée, mais elles étaient moins importantes. Ce modèle indique que l'effort perçu et la rapidité d'interaction des services étaient de la plus grande importance lorsqu'on tente d'améliorer les cotes de rendement globales de l'Agence.

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 ($r^2 = 0,74$), ce qui explique près des trois quarts des résultats des cotes de rendement globales.

Tableau 118. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi les PME – facteurs de confiance

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,74$	Cote (% – cote de 8 à 10)
22 %	L'Agence est serviable.	51 %
20 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable.	49 %
16 %	Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste.	53 %
16 %	L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus d'entreprise.	56 %
12 %	Les gens de l'Agence sont capables de bien faire leur travail.	56 %
8 %	L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens à trouver réponse à leurs questions sur l'impôt ou les prestations.	49 %
7 %	L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens.	51 %
3 %	Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps.	62 %
3 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	46 %
3 %	Je crois que les employés de l'Agence sont dignes de confiance.	57 %
-1 %	L'Agence traite tout le monde de la même façon.	49 %
-3 %	L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun.	65 %
-3 %	L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales.	56 %
-4 %	J'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mon entreprise de manière appropriée.	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 a cinq caractéristiques qui représentent en majeure partie l'écart expliqué (serviabilité, traitement équitable, confiance que ce qui est juste sera fait, facilité de production, et capacité), 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 serviable (51 %) et traite les contribuables de façon équitable (49 %) figurait parmi les trois cotes les plus faibles attribuées pour chaque caractéristique, 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 (65 %), l'arrivée de renseignements en temps opportun (62 %) et la capacité de traiter

les renseignements des entreprises de façon appropriée (62 %). 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 ($r^2 = 0,57$), ce qui explique près des trois cinquièmes des résultats des cotes de rendement globales.

Tableau 119. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi les PME – facteurs de service

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,57$	Cote (% – cote de 8 à 10)
43 %	Le service offert par l'Agence était facile à accéder.	66 %
22 %	Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun.	66 %
18 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	73 %
13 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	70 %
9 %	Le représentant de l'Agence était poli.	78 %
8 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	69 %
-6 %	Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	69 %
-7 %	Le représentant de l'Agence était professionnel.	75 %

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 : la facilité d'accès, le service en temps opportun, ainsi que des renseignements complets et exacts.

La facilité d'accès était de loin la caractéristique la plus importante relevée parmi les PME interrogées, avec environ deux tiers des répondants (66 %) ayant fourni une cote de 8, 9 ou 10, ce qui représente une possibilité d'amélioration prioritaire. Le service en temps opportun a été positionné de la même façon, avec un niveau d'importance relativement élevé et une cote inférieure identique pour les trois premiers facteurs (66 %). Inversement, le professionnalisme du représentant a obtenu une cote élevée (75 %), 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 ($r^2 = 0,70$), ce qui explique un peu plus des deux tiers des résultats des cotes de rendement globales.

Tableau 120. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi les intermédiaires fiscaux – facteurs de confiance

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,70$	Cote (% – cote de 8 à 10)
23 %	Les gens de l'Agence sont capables de bien faire leur travail.	45 %
14 %	Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste.	43 %
13 %	L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens à trouver réponse à leurs questions sur l'impôt ou les prestations.	41 %
12 %	L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens.	40 %
11 %	L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que vos clients puissent respecter leurs obligations fiscales.	42 %
10 %	L'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises.	42 %
9 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable.	40 %
9 %	Je crois que les employés de l'Agence sont dignes de confiance.	45 %
8 %	Les renseignements fournis par l'Agence pour mes clients d'entreprise arrivent à temps.	44 %
5 %	L'Agence est serviable.	43 %
1 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	40 %
-1 %	L'Agence traite les déclarations des entreprises en temps opportun.	48 %
-6 %	L'Agence traite tout le monde de la même façon.	40 %
-8 %	J'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mes clients de manière appropriée.	46 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Il y a neuf caractéristiques qui représentent en majeure partie l'écart expliqué (capacité, confiance que ce qui est juste sera fait, travailler fort pour aider les Canadiens, avantages pour les Canadiens, fournir suffisamment de renseignements, facilité de production, traitement équitable, fiabilité des gens de l'Agence, et renseignements arrivés à temps), c'est-à-dire qu'elles ont la plus grande incidence sur les cotes de rendement globales de l'Agence. Les améliorations

liées à l'un ou l'autre de ces facteurs auront une incidence positive sur les cotes globales de l'Agence.

Plus précisément, le modèle démontre que la capacité des gens de l'Agence a obtenu la cote la plus élevée, avec près 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 de bien meilleurs résultats en ce qui concerne le traitement des déclarations de revenus des entreprises en temps opportun, le traitement équitable et le traitement des renseignements sur les clients. 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 ($r^2 = 0,55$), ce qui explique près des trois cinquièmes des résultats des cotes de rendement globales.

Tableau 121. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi les intermédiaires fiscaux – facteurs de service

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,55$	Cote (% – cote de 8 à 10)
30 %	Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun.	47 %
27 %	Le service offert par l'Agence était facile à accéder.	48 %
19 %	Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	49 %
14 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	54 %
12 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	58 %
9 %	Le représentant de l'Agence était poli.	61 %
-5 %	Le représentant de l'Agence était professionnel.	59 %
-6 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	56 %

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 rapidité du service et la facilité d'accès.

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 rapidité du service facilité soit la caractéristique la plus importante pour les intermédiaires fiscaux, moins de la moitié (47 %) lui ont donné une cote de 8, 9 ou 10. Une tendance semblable a été observée pour la facilité d'accès, 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 = 2 407)

Langue	Total non pondéré (n = 2 407)	Total pondéré (n = 2 407)
Anglais	78 %	79 %
Français	22 %	21 %

Tableau P2. Genre

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

Genre	Total non pondéré (n = 2 407)	Total pondéré (n = 2 407)
Homme	52 %	48 %
Femme	47 %	51 %
Autre identité de genre	< 1 %	< 1 %
Je préfère ne pas répondre	< 1 %	< 1 %

Tableau P3. Âge

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

Âge	Total non pondéré (n = 2 407)	Total pondéré (n = 2 407)
De 18 à 24 ans	6 %	10 %
De 25 à 34 ans	11 %	16 %
De 35 à 49 ans	22 %	24 %
De 50 à 64 ans	27 %	26 %
65 ans ou plus	34 %	23 %
Je préfère ne pas répondre	< 1 %	< 1 %

Tableau P4. Région

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

Région	Total non pondéré (n = 2 407)	Total pondéré (n = 2 407)
Colombie-Britannique	13 %	14 %
Alberta	9 %	11 %
Saskatchewan	5 %	3 %
Manitoba	6 %	4 %
Ontario	33 %	39 %
Québec	23 %	22 %
Nouveau-Brunswick	3 %	2 %
Nouvelle-Écosse	4 %	3 %
Île-du-Prince-Édouard	1 %	1 %
Terre-Neuve-et- Labrador	3 %	2 %
Yukon	< 1 %	< 1 %
Territoires du Nord- Ouest	< 1 %	< 1 %
Nunavut	< 1 %	< 1 %

Tableau P5. Études

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

Études	Total non pondéré (n = 2 407)	Total pondéré (n = 2 407)
Un niveau de 8 ^e année ou moins	2 %	2 %
Des études secondaires non terminées	7 %	6 %
Un diplôme d'études secondaires ou un équivalent	16 %	16 %
Un apprentissage enregistré ou un certificat d'une école de métiers ou un diplôme	3 %	3 %
Certificat ou diplôme d'un collège, d'un cégep ou d'une institution non universitaire	22 %	23 %
Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat	9 %	9 %
Baccalauréat	24 %	25 %
Diplôme d'études supérieures au-delà du baccalauréat	15 %	15 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	2 %	2 %

Tableau P6. Pays de naissance

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

Pays de naissance	Total non pondéré (n = 2 407)	Total pondéré (n = 2 407)
Canada	77 %	74 %
Inde	3 %	4 %
États-Unis	2 %	2 %
Chine	1 %	1 %
Angleterre	1 %	1 %
Philippines	1 %	1 %
France	1 %	1 %
Pakistan	< 1 %	1 %
Allemagne	1 %	1 %
Royaume-Uni	1 %	1 %
Jamaïque	< 1 %	1 %

Haïti	< 1 %	< 1 %
Pologne	< 1 %	< 1 %
Iran	< 1 %	< 1 %
Brésil	< 1 %	< 1 %
Nigéria	< 1 %	< 1 %
Irlande	< 1 %	< 1 %
Afrique du Sud	< 1 %	< 1 %
Italie	< 1 %	< 1 %
Mexique	< 1 %	< 1 %
Colombie	< 1 %	< 1 %
Pays-Bas	< 1 %	< 1 %
Roumanie	< 1 %	< 1 %
Trinité-et-Tobago	< 1 %	< 1 %
Maroc	< 1 %	< 1 %
Écosse	< 1 %	< 1 %
Autre	8 %	9 %
Je préfère ne pas répondre	1 %	2 %

Tableau P7. Temps passé au Canada

Base : (Population générale) Répondants qui ne sont pas nés au Canada (n = 528)

Temps passé au Canada	Total non pondéré (n = 528)	Total pondéré (n = 593)
Moins de 1 an	6 %	9 %
Au moins un an, mais moins de cinq ans	12 %	15 %
Au moins 5 ans, mais moins de 10 ans	11 %	13 %
10 ans ou plus	71 %	63 %
Je préfère ne pas répondre	< 1 %	< 1 %

Tableau P8. Statut d'emploi courant

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

Statut d'emploi	Total non pondéré (n = 2 407)	Total pondéré (n = 2 407)
Employé à temps plein, c'est-à-dire pendant 35 heures ou plus par semaine	41 %	46 %
Employé à temps partiel, c'est-à-dire pendant moins de 35 heures par semaine	7 %	9 %
Travailleur indépendant	8 %	7 %
Sans emploi, mais à la recherche d'un emploi	3 %	3 %
Étudiant à temps plein	3 %	5 %
À la retraite	34 %	25 %
Absent du marché du travail	3 %	3 %
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 = 2 407)

Source de revenus	Total non pondéré (n = 2 407)	Total pondéré (n = 2 407)
Salaires payés par un employeur	47 %	55 %
Propriétaire d'entreprise ou associé – propriétaire unique	5 %	5 %
Propriétaire d'entreprise ou associé – société	3 %	3 %
Revenus de placements	4 %	3 %
Régime de retraite privé ou caisse de retraite constituée	8 %	6 %
Pension du gouvernement	24 %	17 %
Prestations	1 %	2 %
Autre	2 %	2 %
Pension alimentaire versée à un conjoint, à un enfant ou à un parent	2 %	3 %
Aucune source de revenus	2 %	2 %
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 = 190)

Revenu annuel	Total non pondéré (n = 190)	Total pondéré (n = 190)
Moins de 30 000 \$	24 %	26 %
De 30 000 \$ à moins de 500 000 \$	57 %	58 %
De 500 000 \$ à moins de 1 million de dollars	6 %	5 %
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	9 %	8 %

Tableau P11. Revenu du ménage approximatif

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

Revenu annuel	Total non pondéré (n = 2 407)	Total pondéré (n = 2 407)
Moins de 20 000 \$	8 %	9 %
De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$	16 %	15 %
De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$	14 %	12 %
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 %	8 %
De 120 000 \$ à moins de 150 000 \$	6 %	7 %
150 000 \$ et plus	14 %	15 %
Je préfère ne pas répondre	12 %	12 %

Tableau P12. Statut d'Autochtone

Base : (Population générale) Tous les répondants (n = 2 407)

Statut d'Autochtone	Total non pondéré (n = 2 407)	Total pondéré (n = 2 407)
Autochtone	4 %	4 %
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 = 2 407)

Statut de personne en situation de handicap	Total non pondéré (n = 2 407)	Total pondéré (n = 2 407)
Répondants qui sont en situation de handicap	14 %	12 %
Répondants qui ne sont pas en situation de handicap	85 %	86 %
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 = 806)

Langue	Total (n = 806)
Anglais	85 %
Français	15 %

Tableau P15. Région

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Région	Total (n = 806)
Colombie-Britannique	17 %
Alberta	10 %
Saskatchewan	3 %
Manitoba	4 %
Ontario	35 %
Québec	24 %
Nouveau-Brunswick	1 %
Nouvelle-Écosse	3 %
Île-du-Prince-Édouard	< 1 %
Terre-Neuve-et-Labrador	1 %
Territoires du Nord-Ouest	1 %
Nunavut	1 %

Exploitation nationale	< 1 %
Je préfère ne pas répondre	< 1 %

Tableau P16. Nombre d'employés (y compris le répondant)

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Nombre d'employés	Total (n = 806)
1	33 %
De 2 à 4	23 %
De 5 à 19	16 %
De 20 à 49	12 %
De 50 à 99	13 %
100 ou plus	4 %

Tableau P17. Revenu d'entreprise annuel approximatif

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Revenu annuel	Total (n = 806)
Moins de 30 000 \$	17 %
De 30 000 \$ à moins de 500 000 \$	34 %
De 500 000 \$ à moins de 1 million de dollars	7 %
De 1 à moins de 4 millions de dollars	11 %
De 4 à moins de 10 millions de dollars	10 %
De 10 à moins de 20 millions de dollars	11 %
De 20 à moins de 50 millions de dollars	8 %
De 50 à moins de 250 millions de dollars	4 %
Moyenne	10,9 millions de dollars

Tableau P18. Type d'entreprise

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Type d'entreprise	Total (n = 806)
Une entreprise à propriétaire unique	49 %
Une société de personnes	17 %
Une entreprise constituée en société	15 %
Une fiducie	7 %
Un organisme de bienfaisance enregistré	6 %
Un organisme à but non lucratif	3 %
Une coopérative	3 %

Tableau P19. Participation à la prise de décisions opérationnelles

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Participation à la prise de décisions opérationnelles	Total (n = 806)
Questions d'ordre fiscal	100 %
Tenue de livres	68 %
Préparation de la TPS/TVH	66 %
Paie	56 %

Tableau P20. Poste au sein de l'entreprise

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Poste au sein de l'entreprise	Total (n = 806)
Président, président-directeur général ou propriétaire	57 %
Gestionnaire	11 %
Comptable	8 %
Administrateur supérieur des affaires financières/contrôleur	8 %
Commis comptable	6 %
Gestionnaire ou agent de la paie	6 %
Agent financier	4 %

Tableau P21. Genre

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Genre	Total (n = 806)
Homme	57 %
Femme	42 %
Autre identité de genre	< 1 %
Je préfère ne pas répondre	< 1 %

Tableau P22. Âge

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Âge	Total (n = 806)
De 18 à 24 ans	2 %
De 25 à 34 ans	13 %
De 35 à 49 ans	42 %
De 50 à 64 ans	29 %
65 ans ou plus	14 %
Je préfère ne pas répondre	1 %

Tableau P23. Industrie ou secteur d'activité (réponses d'au moins 1 %)

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Industries et secteurs	Total (n = 806)
Services professionnels, scientifiques et techniques	12 %
Finances et assurances	9 %
Commerce de détail	9 %
Construction	8 %
Arts, spectacles et loisirs	8 %
Services d'enseignement	7 %
Soins de santé et assistance sociale	7 %
Fabrication	6 %
Immobilier, location et location à bail	3 %
Administration et soutien	3 %
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	2 %
Gestion de sociétés et d'entreprises	2 %
Transport et entreposage	2 %
Commerce de gros	2 %
Services d'hébergement et de restauration	2 %
Services publics	2 %
Extraction minière, pétrolière et gazière	2 %
Industrie de l'information et industrie culturelle	2 %
Organisme de bienfaisance enregistré	2 %
Administration publique	1 %
Services de nettoyage ou d'entretien ménager	1 %
Soins ou services de toilettage pour animaux domestiques	1 %
Services de consultation	1 %
Édition ou publicité	1 %
Industrie du marketing ou des ventes	1 %
Industrie de la beauté ou de la mode	1 %
Réparations automobiles	1 %
Services de garde d'enfants ou de garderie	1 %
Service d'entretien et de réparation à domicile	1 %
Industrie du conditionnement physique ou du mieux-être	< 1 %
Services de gestion des déchets et services d'assainissement	< 1 %
Industrie des services personnels	< 1 %
Industrie du commerce électronique	< 1 %
Tourisme ou agence de voyage	< 1 %
Industrie de l'environnement/du recyclage	< 1 %
Domaine juridique	< 1 %
Industrie de la transcription	< 1 %
Informatique	< 1 %
Autre	1 %
Je préfère ne pas répondre	2 %

Tableau P24. Années d'exploitation de l'entreprise à ce jour

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Années d'exploitation	Total (n = 806)
Moins d'un an	4 %
De 1 à 2 ans	8 %
De 3 à 5 ans	17 %
De 6 à 10 ans	26 %
Plus de 10 ans	44 %
Je préfère ne pas répondre	< 1 %

Tableau P25. Statut d'Autochtone

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Statut d'Autochtone	Total (n = 806)
Autochtone	8 %
Non-Autochtone	86 %
Je préfère ne pas répondre	6 %

Tableau P26. Statut de personne en situation de handicap

Base : (PME) Tous les répondants (n = 806)

Statut de personne en situation de handicap	Total (n = 806)
Répondants qui sont en situation de handicap	13 %
Répondants qui ne sont pas en situation de handicap	80 %
Je ne sais pas	3 %
Je préfère ne pas répondre	4 %

Intermédiaires fiscaux

Tableau P27. Langue

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 810)

Langue	Total (n = 810)
Anglais	73 %
Français	27 %

Tableau P28. Région

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 810)

Région	Total (n = 810)
Colombie-Britannique	14 %
Alberta	12 %
Saskatchewan	2 %
Manitoba	4 %
Ontario	35 %
Québec	24 %
Nouveau-Brunswick	2 %
Nouvelle-Écosse	3 %
Île-du-Prince-Édouard	1 %
Terre-Neuve-et- Labrador	1 %
Territoires du Nord- Ouest	< 1 %
Je préfère ne pas répondre	< 1 %

Tableau P29. Nombre d'employés (y compris le répondant)

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 810)

Nombre d'employés	Total (n = 810)
1	11 %
De 2 à 4	14 %
De 5 à 19	25 %
De 20 à 49	21 %
De 50 à 99	16 %
100 ou plus	13 %

Tableau P30. Travaux liés à l'impôt effectués pour le compte de petites entreprises clientes

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 810)

Travaux liés à l'impôt pour le compte d'entreprises clientes	Total (n = 810)
Comptabilité	55 %
Préparation de déclarations	46 %
Tenue de livres	41 %
Paie	40 %
Consultation	1 %
Services professionnels ou travaux techniques	< 1 %
Immobilier/investissement dans les biens immobiliers	< 1 %
Domaine juridique/droit	< 1 %
Divertissement/accueil	< 1 %
Marketing ou ventes	< 1 %
Tout et n'importe quoi	< 1 %
Aucun	1 %
Autre	1 %
Je préfère ne pas répondre	9 %

Tableau P31. Années d'exploitation de l'entreprise à ce jour

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 810)

Années d'exploitation	Total (n = 810)
Moins d'un an	3 %
De 1 à 2 ans	8 %
De 3 à 5 ans	22 %
De 6 à 10 ans	20 %
Plus de 10 ans	45 %
Je préfère ne pas répondre	2 %

Méthodologie 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 2 407 répondants a été mené entre le 13 février et le 24 mars 2023. 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 806 PME et de 810 intermédiaires fiscaux a été mené entre le 16 février 2023 et le 17 mars 2023. Les PME cibles étaient des entreprises canadiennes 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, président-directeur général 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 opérationnels 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 contribuables

Échantillonnage

Le sondage auprès des contribuables particuliers a été conçu pour être réalisé auprès d'un échantillon aléatoire de 2 407 Canadiens adultes âgés de 18 ans ou plus. Un échantillon de 2 407 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 genre, 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 Qorus 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 17 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 17 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 genre et l'âge en ce qui a trait à la répartition réelle des Canadiens adultes, tel qu'il est répertorié dans le recensement de 2021 de Statistique Canada. De plus, les quotas cibles et les sondages remplis pour chaque région, genre 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 genre (2 : hommes, femmes). Le total de 36 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 genre (2) = 60. Les données sur la population pour les 60 cellules de pondération statistique sont tirées du plus récent recensement canadien (2021) et peuvent être consultées ici :

<https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/cv.action?pid=9810002001>

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 préféraient 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 2021	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	6,7 %	260	10,8 %	262	10,9 %	163	6,8 %
Région – Québec	23,0 %	550	22,9 %	553	23,0 %	536	22,3 %
Région – Ontario/Nunavut	38,7 %	800	33,3 %	800	33,2 %	944	39,2 %
Région – Prairies/T.N.-O.	17,6 %	480	20,0 %	482	20,0 %	425	17,7 %
Région – C.-B./Yukon	14,0 %	310	12,9 %	310	12,9 %	339	14,1 %
Genre – homme	48,8 %	1 171	48,8 %	1 260	52,3 %	1 164	48,4 %
Genre – femme	51,2 %	1 229	51,2 %	1 126	46,8 %	1 222	50,8 %
Âge – de 18 à 24 ans	10,1 %	242	10,1 %	134	5,6 %	248	10,3 %
Âge – de 25 à 34 ans	16,6 %	398	16,6 %	262	10,9 %	397	16,5 %
Âge – de 35 à 49 ans	24,2 %	581	24,2 %	537	22,3 %	582	24,2 %
Âge – de 50 à 64 ans	25,5 %	612	25,5 %	649	27,0 %	622	25,8 %
Âge – 65 ans et plus	23,6 %	566	23,6 %	814	33,8 %	547	22,7 %

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	134 482
Nombre total de numéros non valides	57 345
B. Nombre total d'appels non résolus (NR)	61 742
Pas de réponse, répondeur	61 742
C. Unités admissibles non répondantes (UA)	15 359
Barrière linguistique	180
Impossibilité de répondre au sondage (malade/décédé)	68
Rappel (répondant non disponible)	1 382
Refus de répondre	11 023
Mis fin à l'appel	171
D. Unités répondantes (UR)	2 571
Quota atteint/non réalisé	99
Entrevues achevées	2 407
Disqualifié – le répondant est âgé de moins de 18 ans	36
Disqualifié – province refusée	29
Taux de réponse arrondi : $UR \div (NR + UA + UR) = 2\,571 \div (61\,742 + 15\,359 + 2\,571)$	3,3
Incidence	93,6

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 huit sondages-tests en anglais et de 12 sondages-tests en français ont été effectués dans l'ensemble des deux publics cibles, ce qui comprend plus précisément huit répondants des PME et 12 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 16 février 2023 au 17 mars 2023. 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, 1 616 sondages ont été soumis par les répondants (806 par les PME et 810 par les intermédiaires fiscaux). En moyenne, les répondants ont pris environ 12 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 %	42	7 %
Québec	185	23 %	190	20 %
Ontario (Nunavut)	270	34 %	289	38 %
Ouest du Canada	265	33 %	278	35 %
Territoires/National	25	3 %	6	1 %

Intermédiaires fiscaux :

Région	Quotas cibles (n =)	Quotas cibles (%)	Sondages réalisés (données non pondérées) [n =]	Sondages réalisés (données non pondérées) [%]
Canada atlantique	55	7 %	57	7 %
Québec	185	23 %	198	24 %
Ontario (Nunavut)	270	34 %	287	35 %
Ouest du Canada	265	33 %	265	33 %
Territoires/National	25	3 %	1	< 1 %

En plus des quotas régionaux, des objectifs ont été établis pour la taille de l'entreprise des PME en fonction du nombre d'employés travaillant pour chaque entreprise respective.

Petites et moyennes entreprises :

Taille de l'entreprise	Quotas cibles (n =)	Quotas cibles (%)	Sondages réalisés (données non pondérées) [n =]	Sondages réalisés (données non pondérées) [%]
De 1 à 4	450	56 %	454	56 %
De 5 à 99	320	40 %	322	40 %
Plus de 100	30	4 %	30	4 %

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 2021 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

Questionnaire de la population générale

janvier 2023

Agence du revenu du Canada
Recherche d'entreprise annuelle – 2022
Grand public

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
- 2 Non

CONTINUEZ

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 **Marie Lemay** au **343-575-5446** 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-0. Pour commencer, comment évalueriez-vous le rendement global du gouvernement du Canada dans son ensemble? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « affreux » et 10 signifie « excellent ».

SOYEZ PERSISTENT POUR ÉVITER D'ACCEPTER UNE APPROXIMATION

[N'AUTORISE QU'UN SEUL CODE]

- 01 – Affreux
- JUSQU'À
- 10 – Excellent

RÉPONSE SPONTANÉE

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

BG-1. Maintenant, nous aimerions que vous pensiez précisément à l'Agence du revenu du Canada. 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. ACCEPTER 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
- e) L'ARC facilite le processus de production de mes déclarations de revenus
- f) L'ARC est serviable
- g) L'ARC traite les contribuables équitablement
- h) J'ai confiance que l'ARC traitera mes renseignements personnels de manière appropriée
- i) L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux
- j) L'Agence traite tout le monde de la même façon
- k) La hausse du coût de la vie a un impact négatif sur les finances de mon ménage **[ANCHOR. ASK LAST]**

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 2021, ou celle que vous avez produite cette année pour les revenus gagnés en 2022.

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. Avez-vous interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois? Pensez à toute **interaction directe** que vous avez eue avec l'Agence. Il peut s'agir d'une interaction qui a eu lieu en ligne, par téléphone ou par la poste. **NE LISEZ PAS : AU BESOIN – L'INTERACTION COMPREND LA DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS, L'OUVERTURE D'UNE SESSION DANS MON DOSSIER, LA VISITE DU SITE WEB, ETC.**

- 01 – Oui
 - 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 façon avez-vous **récemment** interagi avec l'Agence? **LISEZ LA LISTE EN ORDRE –PRÉCISEZ SI NÉCESSAIRE; L'INTERACTION COMPREND LA DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS, L'OUVERTURE D'UNE SESSION DANS MON DOSSIER, LA VISITE DU SITE WEB, ETC. [ACCEPTER UN SEUL CODE]**

- 01 – Via le portail fiscal sécurisé Mon dossier
- 07 - En visitant les pages d'impôts sur le site web Canada.ca **(INCLUS "SITE WEB DE L'ARC")**
- 02 – Par téléphone
- 03 – Par télécopieur
- 04 – Par courrier
- 05 – En personne

SUR UNE BASE VOLONTAIRE - NE LISEZ PAS : L'ENREGISTREMENT NE DOIT ÊTRE FAIT QUE SI LES RENSEIGNEMENTS SONT FOURNIS SUR UNE BASE VOLONTAIRE. L'INTERVIEWEUR DOIT CONSIGNER LA RÉPONSE TEXTUELLEMENT ET UTILISER LA LISTE DE CODAGE CI-DESSOUS, LE CAS ÉCHÉANT

- 06 – Par un autre moyen (**PRÉCISEZ**)
- 08 - Par l'entremise d'une des plateformes de médias sociaux de l'ARC **[AU BESOIN: comme Facebook, Twitter, LinkedIn ou YouTube]**

09 - Via les applications mobiles de l'ARC [**AU BESOIN: comme MesPrestations ARC ou MonARC**]

10 - Via "Clavardez avec Charlie", le chatbot en ligne de l'ARC

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

D-3. Maintenant, veuillez réfléchir à la raison pour laquelle vous avez interagi avec l'Agence. Votre interaction LA PLUS RÉCENTE était-elle pour...? **LISEZ LA LISTE – ACCEPTEZ PLUS D'UNE RÉPONSE [LIRE DE MANIÈRE ALÉATOIRE]**

1 – Une vérification, un différend ou un examen

2 – Votre compte en ligne de l'Agence (Mon dossier)

3 – L'impôt sur le revenu des particuliers (par exemple remplir votre déclaration, obtenir votre remboursement, effectuer un paiement, soumettre des documents exigés par l'Agence, etc.)

4 – Des renseignements généraux autres que sur la production d'une déclaration

7 – Des précisions au sujet de renseignements fournis

8 – Le Supplément unique à l'Allocation canadienne pour le logement

9 – La Prestation dentaire canadienne

10 – D'autres prestations ou crédits

RÉPONSE SPONTANÉE

98 - Autre (**PRÉCISEZ**)

99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

D-5. [NE PAS POSER SI D-2 ET D-3 = JE NE SAIS PAS / JE REFUSE DE REPONDRE] 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 [**POSER SEULEMENT SI D2_2 Par téléphone OU D2_5 En personne**]

- g) Le représentant de l'Agence était professionnel [**POSER SEULEMENT SI D2_2 Par téléphone OU D2_5 En personne**]
- h) Le représentant de l'Agence était poli [**POSER SEULEMENT SI D2_2 Par téléphone OU D2_5 En personne**]

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

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.
- d) L'ARC se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit.
- e) L'ARC appuie le fait de rendre les produits du gouvernement et le service à la clientèle accessibles pour tous

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.
- f) Il est plus facile pour les personnes riches de pratiquer la fraude fiscale que pour les Canadiens de la classe moyenne.
- g) L'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés.
- h) L'ARC devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales.
- i) Les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à la même pénalité, peu importe qui elles sont
- j) L'Agence est transparente avec le public quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt

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
- b) Obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant
- c) Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations
- d) Omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration, y compris ceux de paradis fiscaux
- e) Obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question
- f) Non-enregistrement d'une entreprise
- g) Travailler et recevoir une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu
- h) Ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne
- i) 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)

B-4. J'aimerais vous poser une autre question avant de passer à la section portant sur la démographie. Dans l'ensemble, dans quelle mesure faites-vous confiance à l'Agence du revenu du Canada?

Veillez évaluer l'Agence sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie que vous « ne lui faites pas confiance du tout » et 7 signifie que vous « lui faites entièrement confiance ».

1 – Je ne fais pas confiance du tout à l'Agence

2

3

4 – Neutre

5

6

7 – Je fais entièrement confiance à l'Agence

99 – Je ne sais pas

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 2022 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.

Agence du revenu du Canada
Recherche d'entreprise annuelle – 2023
Petits & Moyennes Entreprises et Intermédiaires Fiscaux

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 SB-2**
- 02 – Non – QUALIFIE POSSIBLEMENT POUR PME. **PASSEZ À LA QUESTION SB-2**

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

QUOTAS POUR LES PME

1 to 4 employees	450
5 to 99 employees	320
100+	30

SI SB-1 = 01, PASSEZ A LA QUESTION BB-0

[POSER LES QUESTIONS SB-3 À SB-6 AUX PME SEULEMENT; UNE RÉPONSE VALIDE EST REQUISE À CES QUESTIONS POUR SE QUALIFIER À L'ÉTUDE]

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.

ACCEPTÉZ 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-0. Pour commencer, comment évalueriez-vous le rendement global du gouvernement du Canada dans son ensemble? Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « affreux » et 10 signifie « excellent ».

SOYEZ PERSISTENT POUR ÉVITER D'ACCEPTER UNE APPROXIMATION
[N'AUTORISE QU'UN SEUL CODE]

- 01 – Affreux
 - JUSQU'À
 - 10 – Excellent
- RÉPONSE SPONTANÉE**
- 99 – Je ne sais pas/je refuse de répondre

BB-1. Maintenant, nous aimerions que vous pensiez précisément à l'Agence du revenu du Canada. 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, ou 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]

- 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
- e) L'ARC travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt et de prestations.
- f) L'ARC facilite le processus de production **[PME: de mes déclarations de revenus d'entreprise]** **[IF: des déclarations de revenus des entreprises]**
- g) L'ARC traite **[PME: mes déclarations de revenus d'entreprise]** **[IF: les déclarations des entreprises]** en temps opportun
- h) L'ARC est serviable
- i) L'ARC traite les contribuables équitablement
- j) L'ARC fournit suffisamment de renseignements afin que **[PME : votre entreprise puisse]** **[IF : vos clients puissent]** respecter **[PME : ses]** **[IF : leurs]** obligations fiscales.
- k) Les renseignements fournis par l'Agence pour **[PME : mon entreprise]** **[IF : mes clients d'entreprise]** arrivent à temps.

- l) J'ai confiance que l'ARC traitera [**PME**: les renseignements de mon entreprise] [**IF**: les renseignements de mes clients] de manière appropriée
- m) L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux
- n) L'Agence traite tout le monde de la même façon

[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. Avez-vous interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois? Pensez à toute **interaction directe** que vous avez eue avec l'Agence. Il peut s'agir d'une interaction qui a eu lieu en ligne, par téléphone ou par la poste.

- 01 – Oui
- 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 façon avez-vous **récemment** interagi avec l'Agence?

AUTORISER UN SEUL CODE

- 01 – Via le portail fiscal sécurisé [**PME** : Mon dossier d'entreprise][**IF** : Représenter un client]
- 06 - En visitant les pages d'impôts sur le site web Canada.ca
- 02 – Par téléphone
- 03 – Par télécopieur
- 04 – Par courrier
- 05 – En personne
- 07 - Autre méthode : veuillez préciser [Zone de texte ouverte: _____]
- 99 – Je ne me souviens pas

D-3A. [INTERMÉDIAIRES FISCAUX SEULEMENT] Veuillez réfléchir au sujet de votre interaction la plus récente avec l'Agence du revenu du Canada. Quel type de client représentiez-vous?

- 01 - Un particulier
- 02 - Une entreprise
- 03 - Une succession ou une fiducie
- 04 - Un organisme de bienfaisance ou à but non lucratif
- 05 - Autres (veuillez préciser)

06 - Je ne sais pas

D-3. Maintenant, veuillez réfléchir à la raison pour laquelle vous avez interagi avec l'Agence. Votre interaction LA PLUS RÉCENTE était-elle pour...?

[PRÉSENTEZ LES CATÉGORIES DE RÉPONSE ALÉATOIREMENT]

01 – Des renseignements généraux autres que ceux concernant la production de déclarations de revenus des entreprises

02 – Des précisions au sujet de renseignements fournis par l'Agence

03 – Votre compte en ligne de l'Agence, [PME : compte Mon dossier d'entreprise] [IF : Représenter un client]

04 – Une vérification, un différend ou un examen

05 – L'impôt des entreprises (p. ex., produire une déclaration de revenus, obtenir un remboursement, effectuer un paiement, soumettre des documents demandés par l'Agence, etc.)

06 – [IF SEULEMENT] L'impôt personnel d'un client (p. ex., produire une déclaration de revenus, obtenir un remboursement, effectuer un paiement, soumettre des documents demandés par l'Agence, etc.)

08 – [PME SEULEMENT] Paie

09 – [PME SEULEMENT] TPS/TVH

98 – Autres (veuillez préciser) _____] [ANCRE]

99 – Je ne me souviens pas [ANCRE]

[POUR LES IF – NE PAS POSER SI D2 ET D3A ET D3 = Je ne me souviens pas]

[POUR LES PME, NE PAS POSER SI D2 AND D3 = Je ne me souviens pas]

D-5. 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 [POSER SEULEMENT SI D2_2 Par téléphone OU D2_5 En personne]
- o) Le représentant de l'Agence était professionnel [POSER SEULEMENT SI D2_2 Par téléphone OU D2_5 En personne]
- p) Le représentant de l'Agence était poli [POSER SEULEMENT SI D2_2 Par téléphone OU D2_5 En personne]

- 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-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

- a) L'ARC assume que les entreprises 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 [**PME** : auxquels mon entreprise a le][**TI** : auxquels mes clients ont le] droit.
- d) Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence.

- e) L'ARC se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit.
- f) L'ARC offre des services en ligne qui répondent à vos besoins.
- g) L'ARC appuie le fait de rendre les produits du gouvernement et le service à la clientèle accessibles pour tous

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-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 soupçonniez 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]

- a) Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant.
- b) La fraude fiscale auprès des entreprises réduit les fonds disponibles pour les services essentiels, notamment les soins de santé et l'éducation.
- 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'une entreprise.

- d) Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future.
- e) 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.
- f) 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.
- g) L'ARC devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales.
- h) Les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à la même pénalité, peu importe qui elles sont
- i) L'Agence est transparente avec le public quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt

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]

- a) Sous-estimation du revenu gagné en argent comptant
- b) Dépenses réclamées en trop
- c) **[IF SEULEMENT]** 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) **[PME SEULEMENT]** Obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question

- g) **[IF SEULEMENT]** Promouvoir un programme de dons de bienfaisance alors que les crédits d'impôt dépassent le montant donné
- h) Non-enregistrement d'une entreprise
- i) **[PME SEULEMENT]** Payer des employés en argent comptant pour éviter les impôts sur les salaires
- j) **[IF SEULEMENT]** 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
- m) 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)

- B-4.** J'aimerais vous poser une autre question avant de passer à la section portant sur la démographie. Dans l'ensemble, dans quelle mesure faites-vous confiance à l'Agence du revenu du Canada?

Veillez évaluer l'Agence sur une échelle de 1 à 7, où 1 signifie que vous « ne lui faites pas confiance du tout » et 7 signifie que vous « lui faites entièrement confiance ».

- 1 – Je ne fais pas confiance du tout à l'Agence
- 2
- 3
- 4 – Neutre
- 5
- 6
- 7 – Je fais entièrement confiance à l'Agence
- 99 – Je ne sais pas

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.