



Agence du revenu
du Canada

Canada Revenue
Agency

Recherche sur le Programme des divulgations volontaires

Sommaire exécutif

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada

Fournisseur : Ipsos

Numéro du contrat : CW2272513

Valeur du contrat : 90 493,23 \$

Date d'attribution : 8 février 2023

Date de livraison : 7 juin 2023

Numéro d'inscription : POR 123-22

Pour plus de renseignements, veuillez envoyer un courriel à l'adresse suivante :

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

This report is also available in English.

Canada 

Recherche sur le Programme des divulgations volontaires

Sommaire exécutif

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada

Nom du fournisseur : Ipsos

Juin 2023

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'une recherche qualitative menée par Ipsos au nom de l'Agence du revenu du Canada. Au total, huit (8) groupes de discussion en ligne ont été organisés parmi les professionnels de l'impôt en mars 2023.

This publication is available in English under the title:

Voluntary Disclosures Program Research

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Une autorisation écrite doit être obtenue au préalable auprès de l'Agence du revenu du Canada. Pour obtenir plus de renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec l'Agence du revenu du Canada par courriel à l'adresse cra-arc.media@cra-arc.gc.ca ou par la poste à l'adresse :

101, promenade Colonel By
Ottawa ON K1A 0K2
Canada

Numéro du catalogue : Rv4-187/2023F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : ISBN: 978-0-660-49866-9

Publications connexes (registration number: ROP-123-22) :

Numéro de catalogue : Rv4-187/2023E-PDF (Rapport final, anglais)

ISBN : 978-0-660-49865-2

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par la ministre du Revenu national, 2023.

Sommaire exécutif

Ipsos

Numéro du contrat : CW2272513

Numéro d'inscription de la ROP : 123-22

Date d'attribution du contrat : 8 février 2023

Coût du contrat : 90 493,23 \$

Introduction et objectifs de la recherche

L'Agence du revenu du Canada (ARC) perçoit les impôts, applique les lois et les politiques fiscales, et administre les programmes de prestations et les crédits d'impôt. La confiance du public dans la façon dont l'ARC applique les lois fiscales du Canada influence fortement la capacité de l'Agence à protéger l'assiette fiscale du pays. Le Programme des divulgations volontaires (PDV) de l'ARC fait la promotion du respect des lois fiscales du Canada en encourageant les contribuables à procéder à une divulgation volontaire et à corriger toutes erreurs ou omissions antérieures en lien avec leurs situations fiscales.

La majorité des Canadiens produisent leurs déclarations et paient leurs impôts au complet à temps. Il est donc important que l'allègement accordé dans le cadre du PDV soit équitable et qu'il ne récompense pas les particuliers ou les entreprises qui cherchent un moyen d'éviter de payer leur juste part d'impôt.

Ce rapport présente les résultats de la recherche qualitative menée auprès des professionnels de l'impôt sur leurs points de vue à l'égard du PDV. L'objectif principal de cette recherche était de mesurer la compréhension, les connaissances et les opinions du public sur le PDV auprès des professionnels de l'impôt et de cerner les obstacles qui pourraient empêcher les demandeurs potentiels de se manifester.

Aperçu de la méthodologie

Du 23 au 30 mars 2023, huit (8) groupes de discussion en ligne ont été organisés avec des professionnels de l'impôt : six (6) groupes ont été animés en anglais et deux (2) groupes ont été animés en français. Au total, 59 professionnels de l'impôt ont participé à la recherche. Ipsos a payé aux participants une rétribution de 300 \$ CA pour qu'ils assistent aux groupes de discussion.

Il convient de noter que les résultats qualitatifs présentés dans le présent rapport visent à révéler un large éventail d'opinions et d'interprétations. Les résultats qualitatifs ne sont pas projetables à des fins statistiques et, par conséquent, elles ne devraient pas être extrapolées à l'ensemble de la population.

Résumé des principales constatations

Expérience avec le PDV

Concernant l'accès au PDV, l'expérience des participants variait d'une utilisation répétée avec différents niveaux de réussite à aucune expérience antérieure ou seulement une vaste connaissance du

programme. Les personnes qui travaillent dans de grandes entreprises ou qui ont plus de connaissances dans le domaine ont eu plus d'expériences liées au PDV, ce qui est probablement attribuable à une meilleure connaissance organisationnelle du programme dans les grandes entreprises et à une clientèle plus large. Presque toutes les expériences précédentes des participants avec le PDV étaient des cas qui relevaient du programme général et s'inscrivaient dans des contextes variés, notamment des clients cherchant à produire plusieurs années de déclarations de revenus ou à résoudre des erreurs précédentes (comme des ventes de biens étrangers ou des déclarations de revenus inexactes) qui ont fait surface lors de la divulgation de renseignements par les clients ou lors de l'examen des comptes de nouveaux clients. Parmi ceux qui n'avaient aucune expérience de l'utilisation du PDV, la principale raison invoquée était le manque de familiarité avec des cas où la situation de leurs clients pourrait être admissible au PDV.

Efficacité perçue du PDV

Les participants ont reconnu l'avantage perçu du PDV qui permet aux clients de se manifester et de bénéficier d'un allègement pour des erreurs financières ou des irrégularités commises dans le passé. Les participants ont aussi eu l'impression que la structure à deux volets du programme était équitable, car elle permet de séparer les contribuables qui commettent des erreurs non intentionnelles et les contribuables qui le font de façon intentionnelle.

Les participants ont cerné plusieurs facteurs, parmi les suivantes, qui pourraient inciter les contribuables à accéder au PDV :

- La structure du programme général fournit un avantage supplémentaire, sous la forme d'un allègement partiel des pénalités et des intérêts, et est donc particulièrement utile pour ceux qui ont l'intention de signaler des erreurs fiscales passées.
- Le fait que le PDV soit divisé en deux volets entretient l'idée que, par l'intermédiaire du PDV, l'ARC était plus indulgente à l'égard de ceux qui commettaient des erreurs non intentionnelles et de moindre importance en leur offrant un allègement partiel des pénalités et des intérêts dans le cadre du programme général.
- L'attrait du programme limité pour les cas qui impliquent une valeur monétaire importante, avec la perspective de ne pas avoir à payer de pénalités pour faute lourde et la possibilité d'échapper à des poursuites liées à la divulgation.

Toutefois, une grande partie des discussions ont porté sur les facteurs qui tendent à créer une hésitation ou qui pourraient être des obstacles pour accéder au PDV, notamment les suivants :

- Une analyse coûts-avantages effectuée par les clients ou leurs représentants autorisés, qui les amène à croire que les coûts professionnels associés au PDV seraient supérieurs aux économies en pénalités ou en intérêts qui pourraient être réalisées dans le cadre du programme. À cela s'ajoute la croyance selon laquelle il y a généralement très peu de chances que les clients fassent l'objet d'une vérification par l'ARC.

- Les niveaux d'incertitude perçus dans le processus sont principalement attribuables au fait que les demandes sont examinées au « cas par cas » et que le langage utilisé suggère que le processus est subjectif et dépend beaucoup des agents de l'ARC qui traitent les demandes.
- La crainte d'être « signalé » par l'ARC, car le fait de révéler des erreurs précédentes pourrait soumettre les clients à une surveillance accrue pour les questions financières futures.
- La croyance qu'il est très peu probable que les personnes qui ont pris des dispositions sophistiquées pour se soustraire à leurs obligations fiscales se manifestent dans le cadre du programme limité du PDV.

Compte tenu des facteurs identifiés qui contribuent à freiner le recours au PDV, les participants ont formulé plusieurs suggestions pour en améliorer la conception du PDV. Voici certaines de ces suggestions :

- Un programme fondé sur le principe de l'« amnistie » qui permettrait aux clients de signaler des erreurs et de payer seulement le montant dû, sans pénalités ou intérêts supplémentaires.
- Un programme avec un seul volet « garanti » dans lequel les demandes soumises par des personnes cherchant à résoudre des erreurs involontaires sont « automatiquement » acceptées. L'accent serait mis sur le montant dû, et les cas de ceux qui évitent l'impôt intentionnellement seront traités séparément, hors du PDV.
- La mise en œuvre de mesures normalisées et objectives pour l'examen des demandes au « cas par cas », afin de prévenir les décisions injustes.
- Une structure avec plus de deux volets qui seront séparés en fonction de la « valeur monétaire » ou de la « fourchette d'imposition » et de « l'intention ». Étant donné que les volets sont destinés à des personnes appartenant à des milieux économiques différents, ils devraient être décomposés davantage pour en tenir compte.

Sensibilisation et sources d'information

Le fait que le grand public ait une faible connaissance du PDV fait croire aux professionnels de l'impôt que cela réduit les chances que les contribuables se manifestent pour tirer profit du programme. En tant que professionnels de l'impôt, les participants estimaient qu'ils ne jouaient pas un rôle actif dans la diffusion de renseignements liés au PDV. Pour lutter contre le manque de sensibilisation du public, ils ont suggéré une campagne de type « message d'intérêt public » et une page Web unique contenant des renseignements sur le programme dans un langage accessible au grand public et répondant aux principales questions qui pourraient être soulevées. Le langage était perçu comme intimidant et les références à la *Loi de l'impôt sur le revenu* ont été jugés rebutants ; les participants ont donc recommandé de les éviter.

Conformément aux constatations concernant les différents niveaux d'expérience des participants, les personnes qui travaillent dans de plus grands cabinets, ou qui avaient le titre de CPA, avaient généralement plus de ressources officielles d'entreprise au sujet du PDV ou de connaissances acquises auprès de collègues. Il y avait un fort intérêt, selon le cas, pour suivre un cours sur le PDV qui compterait dans les 20 heures de perfectionnement professionnel nécessaire aux participants pour maintenir leur titre de comptable professionnel agréé — même si ce cours était présenté de manière à faire le tour du sujet par quelqu'un qui possède une connaissance approfondie du programme, il devrait être sans frais. Plusieurs canaux ont été suggérés pour faire la promotion du PDV auprès des professionnels de l'impôt, notamment : le site Web de l'ARC, la mise à profit des listes de courriels des associations professionnelles, LinkedIn, TurboTax (TurboImpôt), les conférences liées à la fiscalité et les mises à jour du service de transmission électronique des déclarations de l'ARC.

Processus de demande du PDV

Le processus de demande a été jugé « simple » pour les professionnels de l'impôt, mais il a été noté que les personnes sans expérience en matière d'impôt peuvent avoir de la difficulté sans une assistance professionnelle. Elles sont probablement intimidées par la complexité et le volume des renseignements requis et se sentent plus à l'aise de demander l'avis d'un professionnel « bien informé ».

Les participants ont mis en évidence deux sujets de préoccupation relatifs au processus de demande. Premièrement, la possibilité que les renseignements contenus dans les applications soient transmis à d'autres programmes de l'ARC, ce qui a confirmé les craintes d'être « signalé ». Deuxièmement, il y a eu des préoccupations concernant le langage utilisé, ce qui laisse entendre que l'anonymat n'est pas garanti pendant les discussions préalables à la divulgation. Cela a alimenté les craintes de se voir imposer des pénalités et des intérêts par l'ARC, peu importe qu'il y ait une demande ou non au PDV, ce qui a été considéré comme pouvant avoir un effet dissuasif pour certains clients.

Les participants ont présenté plusieurs suggestions pour améliorer le processus de demande, qui selon eux, pourrait faire augmenter le nombre de demandes au PDV. Ils ont notamment suggéré une ligne de service à la clientèle dédiée avec un effectif de l'ARC formé sur le PDV, une ventilation du processus de demande (avec des instructions, des formulaires et des critères précis pour les différentes situations qui pourraient justifier des demandes au PDV) et un délai de trois à six mois pour recevoir une décision relative à une demande.

Équité du PDV

Lors de l'évaluation de l'équité du PDV, les points de vue étaient variés et dépendaient de la question à savoir si le programme est utilisé de façon abusive par des particuliers. Certains participants avaient tendance à croire que le PDV était un outil équitable et avantageux pour ceux dont les erreurs n'étaient pas intentionnelles et qui se manifestaient pour les corriger. En même temps, ces participants ont estimé que le PDV est injuste pour les « citoyens respectueux des lois », car ceux qui évitent intentionnellement de payer leurs impôts peuvent recevoir pour récompense une réduction ou renonciation de leurs intérêts et pénalités.

Cohérence avec les tâches d'observation de l'ARC

Les participants avaient plus tendance à considérer le PDV comme étant un programme qui servait les activités d'observation de l'ARC, plutôt qu'un programme ou un service offert aux Canadiens. La raison est que le formulaire du PDV mentionne que les renseignements sont échangés avec divers secteurs de programme de l'ARC et qu'il est possible que d'autres actions, y compris des vérifications, soient effectuées.

Attestation de neutralité politique

J'atteste, par la présente, à titre de représentant d'Ipsos, que les produits livrables se conforment entièrement aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique sur les communications et l'image de marque et la Directive sur la gestion des communications. 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.



Mike Colledge, Président
Ipsos Public Affairs
Signé le 3.28.23