



Agence du revenu
du Canada

Canada Revenue
Agency

Recherche d'entreprise annuelle 2023-2024 – Phase quantitative

Rapport final

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada

Nom du fournisseur : Qorus Consulting Group Inc.

Numéro de contrat : CW2333540

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

Date d'octroi du contrat : le 10 octobre 2023

Date de livraison : mars 2024

Numéro d'inscription : POR 063-23

Pour en savoir plus sur ce rapport, veuillez communiquer avec : 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 2023-2024 – Quantitative

Rapport final

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada
Nom du fournisseur : Quorus Consulting Group Inc
mars 2024

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 9 novembre et le 21 décembre 2023, et d'un sondage en ligne auprès de petites et moyennes entreprises (PME) et d'intermédiaires fiscaux, administré entre le 10 novembre et le 11 janvier 2024.

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 : Rv4-126/2024F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-70980-2

Publications connexes

Numéro de catalogue : Rv4-126/2024E-PDF(rapport final, anglais)

ISBN : 978-0-660-70979-6

© Sa Majesté le roi du chef du Canada, représenté par la ministre de l'Agence du revenu du Canada, 2024.



Table des matières

Rapport sommaire	7
But et objectifs de l'étude	7
Populations cibles	8
Méthodologie de recherche	9
Principales constatations	10
Résultats détaillés	32
But et objectifs de l'étude	32
Populations cibles	33
Constatations découlant de la recherche quantitative	35
Perceptions de l'Agence	35
Population générale	35
Confiance envers l'Agence du revenu du Canada	39
Serviabilité de l'Agence	43
Incidence de la hausse du coût de la vie	45
Information et protection des renseignements personnels	46
Égalité et équité	47
Ouverture et transparence	49
Petites et moyennes entreprises (PME)	51
Serviabilité de l'Agence	59
Traiter les renseignements d'entreprise	62
Égalité et équité	63
Ouverture et transparence	66
Intermédiaires fiscaux	68
Confiance envers l'Agence du revenu du Canada	72
Serviabilité de l'Agence	74
Information et protection des renseignements personnels	76
Égalité et équité	77
Ouverture et transparence	79
Déclarations de revenus	81
Population générale	81

Petites et moyennes entreprises (PME)	87
Intermédiaires fiscaux.....	93
Communication avec l'Agence	94
Population générale	94
Interaction au cours des 12 derniers mois.....	94
Raison de l'interaction	97
Satisfaction à l'égard du service	100
Petites et moyennes entreprises (PME)	104
Interaction au cours des 12 derniers mois.....	104
Raison de la communication la plus récente	106
Satisfaction à l'égard du service	108
Intermédiaires fiscaux.....	113
Interaction au cours des 12 derniers mois.....	113
Raison de la communication la plus récente	115
Satisfaction à l'égard du service	117
Exécution des services	122
Population générale	122
Énoncés sur la prestation de services	122
Inscription aux services en ligne	123
Petites et moyennes entreprises (PME)	125
Confiance sans aide externe	125
Préférences de contact lors des interactions avec l'Agence	126
Confiance à l'égard du règlement des désaccords fiscaux	132
Énoncés sur la prestation de services	135
Inscription aux services en ligne	136
Processus liés à l'impôt des entreprises	139
Utilisation et satisfaction à l'égard des renseignements fiscaux sur le site Web Canada.ca	142
Fardeau en matière de production de déclarations de revenus	144
Intermédiaires fiscaux.....	147
Préférences de contact lors des interactions avec l'Agence	147
Confiance à l'égard du règlement des désaccords fiscaux	152

Énoncés sur la prestation de services	153
Inscription aux services en ligne	155
Utilisation et satisfaction à l'égard des renseignements fiscaux sur le site Web Canada.ca	157
Fardeau en matière de production de déclarations de revenus	158
Attitudes à l'égard de l'observation fiscale	161
Population générale	161
Équité	161
Attraper les fraudeurs fiscaux.....	162
Perceptions de la fraude fiscale.....	165
Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude.....	171
Petites et moyennes entreprises (PME)	174
Équité	174
Attraper les fraudeurs fiscaux.....	176
Perceptions de la fraude fiscale.....	184
Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude.....	188
Intermédiaires fiscaux.....	193
Impôt et services reçus	193
Attraper les fraudeurs fiscaux.....	194
Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude.....	201
Facteurs clés des cotes de rendement de l'Agence	205
Population générale	206
Petites et moyennes entreprises (PME)	209
Incidence sur la confiance	218
Population générale	218
Petites et moyennes entreprises (PME)/intermédiaires fiscaux	222
Profil des répondants	227
Population générale	227
Petites et moyennes entreprises (PME)	234
Intermédiaires fiscaux.....	240
Méthodologie de recherche	243
Annexes	255

Questionnaire de la population générale.....	255
Questionnaire PME / Intermédiaires fiscaux.....	271

Rapport sommaire

Quorus Consulting Group Inc.

Numéro de contrat : CW2333540

Numéro d'inscription de la ROP : 063-23

Date d'octroi du contrat : Le 10 octobre 2023

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 2024, 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= 22).

Méthodologie de recherche

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

- Un sondage téléphonique comportant un échantillon aléatoire de 2 400 Canadiens adultes âgés de 18 ans ou plus a été mené du 9 novembre au 21 décembre 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 16 minutes en moyenne. Un échantillon de 2 400 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 770 PME et de 810 intermédiaires fiscaux a été mené du 10 novembre 2023 au 11 janvier 2024. Des quotas en matière de collecte de données ont été établis par région afin d'assurer un échantillonnage représentatif. Le sondage prenait 9 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 « faible » et 10, « excellent »).

- Plus de 1 répondant sur 10 de la population générale (14 %) a estimé que le rendement global était bon (cotes de 8 à 10), tandis que près de trois répondants sur cinq (55 %) ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7), pour une cote moyenne de 4,9.
- Plus du tiers des répondants PME interrogées (36 %) ont indiqué que le rendement global était bon², avec une proportion similaire (42 %) attribuant des cotes neutres, pour une cote moyenne de 6,0.
- Près d'un quart des intermédiaires fiscaux interrogés (23 %) 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 5,6.

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

- Environ un quart des répondants de la population générale (26 %) ont estimé que le rendement de l'Agence du revenu du Canada était bon (cotes de 8 à 10), tandis que plus de la moitié des répondants (57 %) ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7), pour une cote moyenne de 6,0. Ces cotes globales étaient principalement attribuables à l'absence de problèmes liés aux interactions avec l'Agence (22 %), suivies des possibilités d'amélioration générales (11 %), de la réceptivité au moment de la communication (10 %), d'une aversion générale à l'égard du paiement de l'impôt (8 %) et des problèmes rencontrés lors de l'interaction avec l'Agence (7 %).
- Plus de deux des PME interrogées sur cinq (43 %) ont indiqué que le rendement de l'Agence était bon, tandis qu'une proportion similaire (41 %) a attribué des cotes neutres, pour une cote moyenne de 6,6. Ces cotes sont surtout attribuables à l'expérience de service à la clientèle (bon service à la clientèle – 32 %; mauvais service à la clientèle – 27 %), au mauvais rendement global (13 %) et à la qualité ou fonctionnalité du site Web de l'Agence (8 %).

²Tout au long du texte, divers termes sont utilisés pour désigner les cotes positives (bonne, élevée, d'accord, etc.), chacune faisant référence à des cotes de 8 à 10, à moins d'indication contraire.

- Près du tiers des intermédiaires fiscaux interrogés (29 %) ont indiqué que le rendement de l'Agence était bon, tandis que plus de la moitié (52 %) ont attribué des cotes neutres, pour une cote moyenne de 5,9. Les cotes des intermédiaires fiscaux interrogés étaient principalement attribuables à l'expérience du service à la clientèle (mauvais service à la clientèle – 29 %; bon service à la clientèle – 28 %), à l'inefficacité générale (14 %) et à la lenteur du service (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 » :

- Plus de deux Canadiens sur cinq (44 %) ont exprimé leur confiance à l'égard de l'Agence (cotes de 6 à 7), tandis qu'un peu plus (46 %) ont attribué une cote neutre (cotes de 3 à 5), pour une cote moyenne de 5,0/7 (ou 7,1 lors de la conversion à une cote sur 10 points).
- Plus de deux PME canadiennes sur cinq (41 %) ont exprimé leur confiance à l'égard de l'Agence, tandis que près de la moitié (47 %) ont attribué une note neutre, pour une note moyenne de 4,8/7 (ou 6,9/10).
- Près d'un tiers des répondants canadiens des intermédiaires fiscaux (31 %) ont exprimé leur confiance à l'égard de l'Agence, tandis que près de trois répondants sur cinq (56 %) ont fourni une cote neutre, ce qui a donné une cote moyenne de 4,6/7 (ou 6,6/10).

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

- Plus de la moitié des répondants de la population générale étaient fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que les employés de l'Agence sont dignes de confiance (52 %), tandis qu'un peu moins sont fortement d'accord pour dire que les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail (46 %). Plus de deux répondants sur cinq sont tout à fait d'accord pour dire que l'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens (42 %) ou fait ce qui est juste (42 %).
- La moitié des PME canadiennes interrogées sur cinq sont fortement d'accord pour dire que les employés de l'Agence sont dignes de confiance (51 %) et conviennent que les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail (51 %). Un peu moins de répondants sont fortement d'accord pour dire que l'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens (47 %) et fait ce qui est juste (44 %).

- Environ deux des intermédiaires fiscaux sur cinq étaient fortement d'accord pour dire que les employés de l'Agence sont dignes de confiance (41 %) et que l'Agence fait ce qui est juste (39 %). Un peu moins d'entre eux étaient fortement d'accord pour dire que les employés de l'Agence sont en mesure de bien faire leur travail (37 %) et que l'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens (36 %).

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 plus d'un tiers des répondants de la population générale (35 %) 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 6,7.
- Les cotes d'indice de confiance élevées étaient les plus fréquentes chez les PME interrogées (42 %); un grand nombre d'entre elles (41%) indiquant des cotes moyennes, pour une cote d'indice moyenne globale de 6,7.
- Près d'un tiers des intermédiaires fiscaux canadiens ont fourni une cote élevée de l'indice de confiance (30 %), et plus de la moitié des intermédiaires fiscaux restants ont fourni une cote moyenne de l'indice (52 %), pour une cote moyenne de 6,3.
- La cote combinée de l'indice de confiance pour les trois publics cibles 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 sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que l'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus (45 %), tandis que moins d'entre eux conviennent que l'Agence est généralement serviable (39 %).

- Près de trois des PME interrogées sur 5 étaient tout à fait d'accord que l'Agence traite les déclarations de revenus de leur entreprise en temps opportun (59 %), tandis que 55 % étaient d'accord pour dire que les renseignements arrivent à temps pour leur entreprise. Environ la moitié des répondants estiment que l'Agence fournit suffisamment de renseignements pour respecter leurs obligations fiscales d'entreprise (51 %), que l'Agence facilite le processus de production de déclarations de revenus d'entreprise (48 %) et que l'Agence est généralement serviable (46 %). Un peu moins de répondants sont d'accord pour dire que l'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions fiscales (44 %).
- Plus de deux intermédiaires fiscaux sur cinq étaient tout à fait d'accord pour dire que l'Agence traite les déclarations de revenus de ses clients en temps opportun (42 %), tandis qu'un peu moins sont d'accord pour dire que l'Agence fournit des renseignements adéquats pour respecter les obligations fiscales des clients (40 %), que l'Agence est serviable (40 %) et qu'elle facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises (40 %). Plus d'un tiers des intermédiaires fiscaux ont convenu que les renseignements de l'Agence arrivent à temps pour les clients (39 %) et que l'Agence travaille fort pour aider les Canadiens (35 %).

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 répondants de la population générale dans quelle mesure ils pensaient que l'augmentation du coût de la vie avait une incidence négative sur les finances de leur ménage.

La plupart des personnes interrogées étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que les finances de leur ménage étaient touchées de façon négative (73 %), tandis que 22 % des répondants ont fourni une cote neutre (cotes de 4 à 7), pour une cote moyenne de 8,3. 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 s'ils faisaient confiance à l'Agence pour traiter leurs renseignements 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 le traitement de leurs

renseignements personnels (57 %), tandis que près d'un tiers des répondants (31 %) ont fourni une cote neutre (cotes de 4 à 7), pour une cote moyenne de 7,2.

- Près 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 le traitement de leurs renseignements d'entreprise (56 %), tandis que 31 % des répondants ont fourni une cote neutre, ce qui a donné lieu à une cote moyenne de 7,2.
- L'accord était plus faible parmi les intermédiaires fiscaux, où 45 % ont indiqué un niveau élevé d'accord lorsqu'il s'agit de faire confiance à l'Agence pour l'accès aux renseignements de leurs clients opérationnels et 39 % ont fourni une cote neutre, ce qui a donné lieu à une cote moyenne de 6,8.

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 » :

- Plus des trois quarts des répondants de la population générale (76 %) 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 qu'elle fournit un traitement égal à tous (37 %). Les Canadiens étaient légèrement plus enclins à évaluer favorablement leurs perceptions du traitement équitable de la part de l'Agence lorsqu'ils faisaient précisément référence à leurs interactions (41 %) par rapport à un sentiment général selon lequel l'Agence traite les contribuables de façon équitable (38 %).
- Plus de deux tiers des PME interrogées sont tout à fait d'accord pour dire que les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à des pénalités égales (69 %), tandis 57 % étaient d'accord pour dire que l'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude. Plus de deux répondants sur cinq ont convenu que l'Agence traite tout le monde de la même façon (42 %). Les PME canadiennes étaient légèrement plus enclines à convenir que l'Agence traite les contribuables de façon équitable d'un point de vue général (45 %) que lorsqu'elle fait expressément référence à leurs interactions (41 %).
- Environ trois intermédiaires fiscaux sur cinq interrogés (60 %) étaient tout à fait d'accord pour dire que les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à des pénalités égales. Plus de deux personnes sur cinq étaient d'accord pour dire que l'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (44 %),

tandis que l'accord sur le fait que l'Agence fournit un traitement égal à tous obtient la cote la plus faible (32 %). Les intermédiaires fiscaux canadiens étaient légèrement plus enclins à convenir que l'Agence traite les contribuables de façon équitable d'un point de vue général (39 %) que lorsqu'elle fait expressément référence au traitement équitable en ce qui concerne leurs interactions (36 %).

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 (56 %) 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 (48 %). 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 19 % qui ont accordé une cote de 8 à 10.
- Plus de la moitié des PME interrogées étaient tout à fait d'accord que l'Agence appuie l'accessibilité des produits du gouvernement et du service à la clientèle pour tous (53 %), tandis qu'un peu moins d'entre eux conviennent que l'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (49 %). Environ un tiers des répondants (36 %) ont convenu que l'Agence est transparente quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt.
- Environ deux intermédiaires fiscaux sur cinq interrogés étaient fortement d'accord pour dire que l'Agence rend les produits du gouvernement et le service à la clientèle accessibles à tous (40 %) et qu'elle se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (38 %). Près d'un tiers des répondants (30 %) ont convenu que l'Agence est transparente quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt.

Déclarations de revenus

Plus de neuf répondants sur dix de la population générale sur dix (93 %) 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 19 % se sont tournés vers des amis ou des proches

pour obtenir de l'aide. La plupart des déclarants (83 %) ont indiqué avoir produit leur déclaration de revenus en ligne; 10 % 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 (40 %) utilisait exclusivement des services externes, tandis que 34 % 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, 37 % ont dit utiliser des ressources internes exclusivement, 36 % ont dit utiliser des services externes exclusivement et 23 % 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 (63 %) ont attribué un niveau de satisfaction élevé (cotes de 8 à 10), tandis que 29 % ont attribué une cote moyenne (cotes de 4 à 7), pour une cote de satisfaction globale moyenne de 7,6.

On a également demandé aux intermédiaires fiscaux de coter, à l'aide de la même échelle, leur niveau de satisfaction globale en fonction de leur dernière expérience de production des déclarations de revenus. Près de la moitié des intermédiaires fiscaux (47 %) ont attribué une cote de satisfaction élevée, tandis que 43 % ont attribué une cote moyenne, pour une cote de satisfaction globale moyenne de 7,0.

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.

- Une minorité de répondants de la population générale (39 %) ont interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois.
- Près de trois entreprises sur cinq (57 %) avaient eu une certaine forme d'interaction avec l'Agence au cours des 12 derniers mois.
- Un peu plus des intermédiaires fiscaux (64 %) avaient interagi avec l'Agence.

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 :

- La plupart des répondants de la population générale ont interagi avec l'Agence par téléphone (48%), 23 % par l'intermédiaire du portail Mon dossier et 14 % ont interagi par la poste. Près de 1 répondant sur 10 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. (8 %).
- Un tiers des PME interrogées ont communiqué avec l'Agence par l'intermédiaire du portail Mon dossier d'entreprise (33 %) ou par téléphone (32 %), tandis que 20 % ont communiqué avec l'Agence par l'intermédiaire des pages sur l'impôt du site Web Canada.ca.
- Plus de la moitié des intermédiaires fiscaux (51 %) ont indiqué utiliser le téléphone, 17 % 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 leur interaction la plus récente avec l'Agence étaient assez variées dans les trois publics cibles :

- Parmi les membres du grand public, 39 % de leurs interactions les plus récentes étaient principalement liées à 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.). Les autres raisons comprenaient l'obtention de renseignements généraux en dehors de la production de déclarations de revenus (20 %), des renseignements liés à d'autres prestations (16 %), leur service Mon dossier (15 %), des clarifications entourant les renseignements envoyés par l'Agence (15 %) ou une tentative de résoudre une vérification, un différend ou un examen avec l'Agence (12 %).
- 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 (35 %), tandis que 30 % des interactions récentes concernaient les impôts des entreprises. Près d'un quart des répondants ont cité la TPS/TVH ou des précisions sur les renseignements envoyés par l'Agence (24 % respectivement) 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 portait sur les impôts des entreprises, ou les impôts personnels de leurs clients (27 % respectivement). Presque autant de personnes ont communiqué avec l'Agence au sujet de leur compte Représenter un client (25 %), pour

obtenir des précisions sur les renseignements envoyés par l'Agence (21 %). Moins de répondants ont cité des renseignements généraux ou ont tenté de régler une vérification, un différend ou un examen avec l'Agence (17 %, respectivement).

- Les intermédiaires fiscaux représentaient le plus souvent un particulier (49 %), suivi de près par une entreprise (44 %), 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 la plus récente 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 trois quarts des répondants de la population générale ont exprimé un niveau élevé d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que le représentant de l'Agence était professionnel (77 %) ou courtois (74 %), tandis qu'un plus petit nombre (62 %) a estimé que le représentant de l'Agence avait pris le temps de comprendre leur situation. En ce qui concerne les renseignements qu'ils ont reçu, 67 % d'entre eux ont convenu qu'ils étaient exacts, 64 % estimaient qu'ils étaient complets, et 60 % ont dit qu'ils étaient faciles à comprendre. Le taux d'accord était légèrement inférieur en ce qui concerne la rapidité du service (53 %) et la facilité d'accès (46 %).
- Environ deux tiers des PME étaient tout à fait d'accord pour dire que le représentant de l'Agence avec qui elles ont fait affaire était professionnel (65 %) ou courtois (65 %), tandis que 55 % ont convenu que le représentant avait pris le temps de comprendre leur situation. Environ les deux tiers des répondants conviennent que les renseignements fournis étaient exacts (67 %), complets (64 %) et faciles à comprendre (61 %). Un peu moins d'entre eux ont convenu que le service de l'Agence était en temps opportun (59 %) et qu'il était facile d'y accéder (59 %).
- Environ les deux tiers des intermédiaires fiscaux étaient tout à fait d'accord pour dire que le représentant de l'Agence a été professionnel et courtois (65 % respectivement), tandis que moins d'entre eux étaient d'accord pour dire que le représentant a pris le temps de comprendre leur situation (56 %). Une légère majorité des répondants conviennent que les renseignements fournis étaient exacts (54 %), complets (53 %) et faciles à comprendre (52 %). Près de la moitié des répondants sont d'accord pour dire qu'il était facile d'accéder au service de l'Agence (47 %) et que celui-ci était offert en temps opportun (45 %).

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 (56 %) ont attribué des cotes élevées concernant l'indice de satisfaction à l'égard du service (cotes de 8 à 10), tandis que 35 % avaient des cotes modérées (cotes de 4 à 7), ce qui a donné une cote moyenne de 7,5.
- Près de trois PME sur cinq (58 %) avaient un indice de satisfaction à l'égard du service allant de 8 à 10, tandis que près d'un tiers se situait dans la fourchette des cotes moyennes (32 %), ce qui a donné une cote moyenne de 7,6.
- Plus de deux intermédiaires fiscaux sur cinq (42 %) ont attribué des cotes élevées concernant l'indice de satisfaction à l'égard du service, tandis que 47 % ont attribué des cotes moyennes, ce qui a donné une cote moyenne de 7,0.
- La cote globale de l'indice de satisfaction est de 7,4.

La plupart des PME (82 %) et la plupart des intermédiaires fiscaux (78 %) 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, 48 % des PME et 50 % des intermédiaires fiscaux ont donné une cote à peu près identique. Les PME et les intermédiaires fiscaux étaient également susceptibles de percevoir le service de l'Agence de façon plus favorable (29 % des PME estimaient que l'Agence fournissait un meilleur service, tandis que 25 % 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 (42 %) ont indiqué un niveau élevé de confiance (cotes de 8 à 10), tandis que 32 % ont indiqué un niveau modéré de confiance (cotes de 4 à 7) pour une cote de confiance moyenne de 6,0.

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 (39 % chez les PME et 43 % chez les intermédiaires fiscaux) et à communiquer avec l'Agence par téléphone (20 % chez les PME et 19 % 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 : 36 % chez les PME et 44 % chez les intermédiaires fiscaux. L'envoi d'un courriel à l'Agence se classe loin derrière, tant chez les PME (14 %) que chez 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 (38 % chez les PME et 49 % chez les intermédiaires fiscaux).

Confiance à l'égard du règlement des désaccords fiscaux

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

- Plus de deux des PME sur cinq (44 %) étaient assez confiantes (cotes de 8 à 10), tandis qu'un tiers (34 %) étaient modérément confiantes (cotes de 4 à 7), ce qui donne une cote de confiance moyenne de 6,5.
- Parmi les intermédiaires fiscaux, les répondants étaient moins susceptibles d'être assez confiants (35 %, classés de 8 à 10) qu'ils étaient modérément confiants (46 %, classés de 4 à 7), ce qui donne une cote de confiance moyenne de 6,2.

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

- Près de la moitié des PME (46 %) 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 6,7.
- Plus d'un tiers des intermédiaires fiscaux (37 %) étaient plutôt confiants, tandis que 47 % étaient modérément confiants, ce qui a donné une cote de confiance moyenne de 6,4.

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 » :

- Plus de quatre répondants de la population générale sur cinq (81 %) sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que lorsqu'ils communiquent avec l'Agence par téléphone, ils sont en mesure d'être servis dans la langue officielle de leur choix. Moins de la moitié (48 %) sont d'accord pour dire qu'ils savent comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels ils ont droit.
- Parmi le segment des PME, 78 % 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. Plus de la moitié des répondants conviennent que l'Agence offre des services en ligne qui répondent à leurs besoins (53 %), tandis qu'un peu moins sont d'accord pour dire qu'ils savent comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels leur entreprise a droit ou se sentent bien informés des services offerts par l'Agence (46 % respectivement).
- Les deux tiers des intermédiaires fiscaux (68 %) 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. Environ la moitié des répondants (49 %) ont convenu qu'ils savaient comment accéder aux prestations et aux crédits fiscaux auxquels leurs clients ont droit, tandis que 42 % estimaient qu'ils étaient bien informés au sujet des services que l'Agence a à offrir. Un autre 40 % des répondants estiment 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 (69 %) ont indiqué qu'ils sont inscrits au service Mon dossier de l'Agence. Parmi les entreprises, 73 % ont indiqué être inscrites au service Mon dossier

d'entreprise de l'Agence. Parmi les intermédiaires fiscaux, 53 % 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 ont choisi ce canal plutôt que le portail fiscal sécurisé. Plus d'un quart des répondants ont indiqué qu'ils avaient besoin d'un accès à l'information (27 %), et 17 % des répondants ont mentionné précisément que le besoin de clarifications liées aux renseignements reçus de l'Agence était ce qui les a incités à opter pour une conversation téléphonique. Environ un cinquième des PME (20 %) ont mentionné des problèmes d'accès aux services en ligne, tandis que 18 % ont indiqué la commodité de communiquer avec l'Agence par téléphone.

Une question semblable a été posée aux utilisateurs du portail Représenter un client. Près d'un tiers de ces intermédiaires fiscaux (30 %) ont décrit la commodité d'une conversation téléphonique pour communiquer avec l'Agence. Près d'un quart (25 %) ont indiqué qu'ils avaient besoin d'accéder à des renseignements, 18 % d'entre eux ont précisément indiqué la nécessité d'obtenir des précisions sur les renseignements reçus de l'Agence. Les préoccupations en matière de sécurité ou de protection des renseignements personnels ont été citées par plus d'un cinquième des intermédiaires fiscaux dont la communication a eu lieu par téléphone (22 %).

Processus liés à l'impôt des entreprises

En examinant qui traite la correspondance de l'Agence, près de deux tiers des PME (65 %) ont déclaré être responsables de la lecture et du traitement des lettres reçues de l'Agence, tandis que moins (33 %) lisent personnellement la lettre et la remettent à leur comptable ou à leur secteur des finances pour qu'il l'a traite. Parmi ceux qui fourniraient la lettre à leur comptable ou à leur secteur des finances, 47 % 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 (77 %) et des intermédiaires fiscaux (86 %) avaient déjà visité le site Web Canada.ca pour obtenir des renseignements fiscaux. Voici les résultats obtenus en ce qui concerne les utilisateurs du site Web :

- Une légère majorité des PME utilisatrices du site Web (52 %) étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que le site Web fournissait les renseignements nécessaires, 50 % 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 deux intermédiaires fiscaux utilisateurs du site Web sur cinq (43 %) 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 (40 %) et à trouver (38 %).

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 » :

- Plus de deux PME sur cinq (42 %) étaient fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire qu'au cours de la dernière année, elles 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 (40 %), et que les nouveaux produits et services répondaient aux impératifs liés aux affaires (40 %).
- Plus d'un tiers des intermédiaires fiscaux étaient fortement d'accord pour dire que moins de temps a été consacré à la recherche de renseignements requis pour respecter les obligations fiscales des entreprises au cours de la dernière année (35 %), que l'Agence tient compte de leurs besoins lorsqu'elle élabore des produits et des services (35 %) et que ces nouveaux produits et services répondaient aux impératifs liés aux affaires (34 %).

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 (37 %) ont exprimé un niveau de fardeau élevé (cotes de 8 à 10), tandis qu'une proportion similaire d'entre elles ont fourni des cotes neutres entre 4 et 7 (38 %), ce qui donne une cote de fardeau moyenne de 6,0.
- Les intermédiaires fiscaux n'étaient pas aussi susceptibles d'évaluer le fait que le respect de leurs obligations fiscales était contraignant, moins d'un quart d'entre eux (23%) ayant exprimé un niveau de fardeau élevé, et 52 % ont attribué 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 aux trois publics de l'étude de préciser si l'impôt qu'ils payent est représentatif des services qu'ils ont reçus du gouvernement canadien :

- Plus d'un tiers des répondants de la population générale (39 %) estimaient avoir payé beaucoup trop d'impôt par rapport aux services reçus, 25 % estimaient avoir payé un peu trop d'impôt et 30 % estimaient avoir payé juste assez d'impôt. Très peu d'entre eux (4 %) estimaient avoir payé trop peu.
- Près d'un quart des PME estiment qu'elles ont payé un montant beaucoup trop élevé (24 %), tandis que 38 % estiment qu'elles ont payé un montant un peu trop élevé. En revanche, 25 % estimaient que les montants qu'elles payaient en impôts étaient justes et 7 % jugeaient qu'ils n'étaient pas suffisamment élevés.
- Un intermédiaire fiscal sur cinq estimait que les montants que les entreprises canadiennes payaient en impôts étaient beaucoup trop élevés (20 %), tandis que 31 % estimaient qu'ils étaient un peu trop élevés. Parmi les autres, 32 % estimaient que les montants qu'elles payaient en impôts étaient justes et 11 % jugeaient qu'ils n'étaient pas suffisamment élevés.

Attraper les fraudeurs fiscaux

Les perceptions suivantes concernant la fraude fiscale ont été explorées :

- Plus de deux PME interrogées sur cinq (41 %) estimaient que la fraude fiscale des entreprises était assez courante (cotes de 8 à 10), tandis que 38 % estimaient qu'elle était modérément fréquente (cotes de 4 à 7), ce qui donne une cote de probabilité moyenne de 6,9.
- Plus d'un tiers des intermédiaires fiscaux interrogés (34 %) étaient d'avis que la fraude fiscale des entreprises était assez courante, tandis que 45 % 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 leur perception du niveau d'effort déployé par l'Agence pour réduire la fraude fiscale par les entreprises au Canada :

- Parmi les PME, 42 % estimaient que l'Agence a déployé les efforts nécessaires pour réduire la fraude fiscale. En revanche, 27 % des répondants estimaient que l'Agence a déployé trop peu d'efforts par rapport à moins de 1 répondant sur 10 (8 %) qui estime

que l'Agence a déployé trop d'efforts. Près d'un quart des répondants (23 %) n'étaient pas certains ou ont refusé de répondre.

- Parmi les intermédiaires fiscaux, près de la moitié (45 %) 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 (32 %) et 8 % estimaient que l'Agence avait déployé trop d'efforts. Un autre 15 % 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 ».

- Près d'un quart des adultes Canadiens (24 %) 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 (52 %) 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 ».

- Près de la moitié des PME interrogées (46 %) ont fourni une cote de probabilité élevée (cotes de 8 à 10), tandis que le tiers (34 %) ont fourni une cote modérée (cotes de 4 à 7), ce qui donne une cote de probabilité moyenne de 6,9.
- Une plus faible proportion d'intermédiaires fiscaux (27 %) estimaient que l'Agence serait très susceptible d'attraper des fraudeurs fiscaux des entreprises, tandis que 55 % ont fourni une cote modérée, ce qui donne une cote de probabilité moyenne de 6,2.

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, 33 % 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 52 %.

- Devant une situation où ils soupçonnent qu'une entreprise pratique la fraude fiscale, 30 % 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 8 à 10) que l'Agence ne serait jamais au courant d'un revenu reçu en espèces qui n'est pas déclaré (34 %), tandis que 23 % ont convenu que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale.
- Plus de deux entreprises sur cinq étaient fortement d'accord pour dire que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale (43 %). Une proportion plus faible 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 (36 %).
- Plus d'un tiers des intermédiaires fiscaux (35 %) étaient tout à fait d'accord pour dire que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale. Cela dit, 31 % d'entre eux étaient tout à fait d'accord que l'Agence n'aurait jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus d'entreprise.

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 ».

- Plus de deux tiers des répondants de la population générale (67 %) étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que la fraude fiscale réduit les fonds disponibles pour les services essentiels. Environ un tiers d'entre eux sont fortement d'accord pour dire que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales (36 %) et que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (33 %).
- Plus de deux entreprises sur trois étaient fortement d'accord pour dire que les entreprises qui ne paient pas d'impôt sur tous leurs revenus ou qui ne perçoivent pas la TPS ou la TVH ont un avantage injuste par rapport aux entreprises qui le font (69 %), et que les entreprises qui commettent de la fraude fiscale réduisent l'argent disponible pour

les services essentiels (68 %). Près de trois entreprises sur cinq (57 %) conviennent qu'il est acceptable que l'Agence utilise des renseignements accessibles au public (comme les médias sociaux) pour repérer les entreprises qui pratiquent la fraude fiscale.

- Le fort accord baisse à un peu moins de la moitié lorsqu'on demande si les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale, et si l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales devant les tribunaux (46 % pour chacune d'entre elles respectivement). Plus d'un quart (26 %) étaient d'accord pour dire qu'il est acceptable pour les entreprises de ne pas déclarer les revenus reçus en espèces, par rapport à 53 % qui étaient en désaccord avec cet énoncé.
- La plupart des intermédiaires fiscaux étaient fortement d'accord avec la moitié des énoncés présentés. Plus précisément, 60 % étaient tout à fait d'accord que les entreprises qui fraudent leur impôt sur le revenu réduisent l'argent disponible pour les services essentiels, tandis que 57 % 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. De plus, 45 % 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 sont fortement en accord pour dire que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale (39 %) et que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (35 %). 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 (15 %) – tandis que près de trois intermédiaires fiscaux sur cinq étaient entièrement en désaccord avec ce type d'activité (58 %).

Il y avait un intérêt particulier à évaluer la façon dont les répondants de la population générale 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 67 % des répondants de la population générale étaient 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 la moitié (50 %) étaient 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 (80 %) sont d'avis que la production de fausses déclarations pour les programmes de prestations représente un grave cas de fraude fiscale (cotes de 8 à 10). Près des trois quarts des répondants étaient d'avis que le fait de ne pas inscrire son entreprise (72 %), de ne pas réclamer des biens ou des revenus étrangers (71 %) ou de recevoir un crédit pour dons de bienfaisance plus élevé que le montant donné (70 %) représentait une fraude grave. Environ les deux tiers des répondants étaient d'avis que ce qui suit était une fraude grave : ne pas réclamer de l'argent provenant d'une location de chambre ou de maison par l'intermédiaire d'un site Web de location en ligne ou travailler et être payé en argent comptant pour éviter l'impôt sur le revenu (63 %, respectivement).

Près de trois Canadiens sur cinq estimaient que la sous-déclaration du revenu en espèces (61 %) ou la réalisation d'un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans la déclarer (59 %) représentait une fraude fiscale grave. Beaucoup moins de répondants (40 %) 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 forte majorité d'entreprises (84 %) estimaient que la production de fausses demandes pour les programmes de prestations fiscales représentait une fraude grave, tandis que 73 % estimaient que le fait de ne pas réclamer des biens ou des revenus étrangers était tout aussi grave. Environ les deux tiers des répondants considèrent les activités suivantes comme étant de graves cas de fraude fiscale : payer des employés en argent comptant pour éviter les impôts sur la paie (69 %), sous-déclarer un revenu en argent comptant (66 %), recevoir un crédit pour dons de bienfaisance qui était plus élevé que le don (66 %), réaliser un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans le déclarer (65 %) et déclarer des dépenses en trop (65 %).
- De plus, environ trois PME sur cinq considéraient que les activités suivantes constituaient un grave cas de fraude fiscale : ne pas déclarer l'argent provenant de la location de

chambres ou de maisons en utilisant des sites Web en ligne (62 %) et ne pas inscrire son entreprise (59 %). Moins de la moitié (47 %) 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 (72 %) et la non-réclamation de biens ou de revenus étrangers (61 %). Plus de la moitié des répondants ont considéré les activités suivantes comme étant de graves cas de fraude fiscale : être payé en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu (57 %), ne pas inscrire son entreprise (56 %), sous-déclarer le revenu gagné en argent comptant (55 %), ne pas déclarer l'argent provenant de la location de chambres ou de maisons sur un site Web de location en ligne (53 %) et déclarer des dépenses en trop (51 %).

Environ la moitié des répondants étaient d'avis que la promotion d'un programme de dons de bienfaisance où les crédits d'impôt dépassent le montant donné (50 %), ainsi que le fait de réaliser un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans le déclarer (49 %) étaient des formes graves de fraude fiscale. 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 (37 %) et de ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les médias sociaux (34 %) 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, 29 % des PME estimaient que cela représentait un grave cas de fraude fiscale (cotes de 8 à 10), tandis que 35 % 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 \$. Près d'un cinquième (17 %) des répondants estimaient qu'il s'agissait d'un grave cas de fraude fiscale, tandis que 50 % ont encore une fois attribué une cote de 5 ou moins.

Parmi ces derniers répondants, lorsqu'on leur a présenté un scénario consistant à éviter de payer des impôts de 50 000 \$, 12 % ont estimé qu'il s'agissait d'un grave cas de fraude fiscale.

- Plus du quart des intermédiaires fiscaux (27 %) estimaient que le fait d'éviter de payer 1 000 \$ en impôt représente une fraude fiscale grave, tandis que 34 % 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, 17 % des répondants ont estimé qu'il s'agissait d'un grave cas de fraude fiscale, tandis que 52 % 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 9 %, 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 61 % ont estimé qu'il était important que l'Agence recouvre les impôts impayés lorsque des personnes travaillent au noir pour de l'argent comptant.
- Une plus faible proportion d'intermédiaires fiscaux 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 (59 %) et lorsque les gens travaillent au noir pour de l'argent comptant (51 %).

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 21 mars 2024
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 2024, 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 employés³. 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.

³Un petit échantillon d'entreprises comptant 100 employés ou plus a été inclus (n= 22).

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). Tout au long du texte, divers termes sont utilisés pour désigner les cotes positives (bonne, élevée, d'accord, etc.), chacune faisant référence à des cotes de 8 à 10, à moins d'indication contraire.

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 « faible » et 10, « excellent ». Plus d'un répondant sur dix (14 %) estimaient que le rendement global est bon (cotes de 8 à 10), tandis qu'une majorité (55 %) des répondants ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). Près d'un tiers des Canadiens (30 %) décrivaient le rendement global comme étant faible (cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 4,9, 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=2 400)	ATL (n=260)	QC (n= 550)	ON/NT (n= 800)	MB/SK (n= 254)	AB/TNO (n= 266)	CB/YK (n= 310)	18 à 24 (n= 75)	25 à 34 (n= 290)	35 à 49 (n= 439)	50 à 64 (n= 568)	65 ans + (n= 1 017)
8 – 10 (bon)	14 %	17 %	16 %	14 %	12 %	10 %	14 %	20 %	12 %	13 %	13 %	16 %
4 – 7 (neutre)	55 %	49 %	67 %	55 %	49 %	43 %	54 %	60 %	60 %	54 %	51 %	55 %
1 – 3 (faible)	30 %	34 %	15 %	31 %	39 %	47 %	32 %	20 %	27 %	32 %	35 %	28 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	1 %	1 %	2 %	1 %	< 1 %	-	1 %	-	1 %	1 %	< 1 %	1 %
Moyenne	4,9	4,9	5,6	4,9	4,4	4,1	4,9	5,3	5,1	4,8	4,7	5,0

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 (5,6) par rapport à ceux qui vivent en Ontario (4,9), au Canada atlantique (4,9), en Colombie-Britannique (4,9), au Manitoba ou en Saskatchewan (4,4) ou en Alberta (4,1).

- Les femmes ont attribué une cote moyenne plus élevée que les hommes (5,3 par rapport à 4,5).
- Les Canadiens ayant fait des études universitaires (5,3) ont attribué des cotes plus élevées que ceux ayant fait des études secondaires (4,6), ou des études dans une école de métiers ou un collège (4,5).
- Les étudiants (5,6), ceux qui étaient sans emploi (5,1), les Canadiens à la retraite (5,0) et ceux qui travaillaient à temps partiel (5,0) ou à temps plein (4,9) étaient plus susceptibles de donner une cote favorable au gouvernement du Canada que les travailleurs indépendants (4,3).
- Les personnes nées à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles nées au Canada (5,5 par rapport à 4,9).

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 « faible » et 10, « excellent ». Plus d'un quart des répondants (26 %) ont estimé que le rendement de l'Agence est bon (cotes de 8 à 10), tandis que plus de la moitié (57 %) des répondants ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). Plus de 1 Canadien sur 10 (13 %) décrivait le rendement global comme étant faible (cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 6,0, soit une cote neutre, pour les Canadiens.

Tableau 2. Rendement global de l'Agence

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)

Cote globale	Total (n= 2 400)	ATL (n=260)	QC (n=550)	ON/NT (n= 800)	MB/SK (n= 254)	AB/TNO (n= 266)	CB/YK (n= 310)	18 à 24 (n= 75)	25 à 34 (n= 290)	35 à 49 (n=439)	50 à 64 (n=568)	65+ (n=1 017)
8–10 (bon)	26 %	29 %	27 %	29 %	24 %	19 %	24 %	29 %	27 %	23 %	24 %	31 %
4 – 7 (neutre)	57 %	56 %	61 %	52 %	60 %	58 %	60 %	59 %	53 %	58 %	61 %	54 %
1 – 3 (faible)	13 %	13 %	7 %	15 %	14 %	20 %	13 %	6 %	15 %	16 %	13 %	12 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	3 %	2 %	4 %	4 %	2 %	3 %	2 %	6 %	4 %	3 %	2 %	3 %
Moyenne	6,0	6,2	6,4	6,0	5,9	5,5	5,9	6,3	6,0	5,8	6,0	6,2

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 (6,4) étaient beaucoup plus susceptibles d'évaluer le rendement de l'Agence de façon positive par rapport à celles qui vivent en Ontario (6,0), en Colombie-Britannique (5,9), au Manitoba et en Saskatchewan (5,9) ou en Alberta (5,5).
- Les femmes étaient plus susceptibles de donner une cote favorable à l'Agence que les hommes (6,2 par rapport à 5,9).
- Ceux qui ne s'identifient pas comme des personnes en situation de handicap ont tendance à donner une cote plus favorable que ceux qui s'identifient comme tels (6,1 par rapport à 5,7).
- Les Canadiens à la retraite étaient plus susceptibles de donner une cote favorable à l'Agence que ceux qui travaillaient à temps plein (6,2 par rapport à 5,9).
- Les personnes nées à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles nées au Canada (6,4 par rapport à 5,9).
- 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 (6,2 par rapport à 5,5).
- Les répondants qui n'ont pas eu d'interactions récentes avec l'Agence ont fourni des notes moyennes plus élevées que ceux qui en ont eu une (6,1 par rapport à 5,9).
- Les Canadiens inscrits au service Mon dossier de l'Agence étaient plus susceptibles de fournir des cotes favorables que ceux qui ne l'étaient pas (6,3 par rapport à 5,8).

On a ensuite demandé aux répondants d'expliquer pourquoi ils avaient fourni leur cote. Les cotes globales étaient principalement attribuables à l'absence de problèmes liés aux interactions avec l'Agence (22 %), suivies des possibilités d'amélioration générales (11 %), de la réceptivité au moment de la communication (10 %), d'une aversion générale à l'égard du paiement de l'impôt (8 %) et des problèmes rencontrés lors de l'interaction avec l'Agence (7 %).

Tableau 3. Raison de l'évaluation du rendement global

Base : (Population générale) Répondants qui ont fourni une évaluation valide (n= 2 328)

Raison de l'évaluation	Total (n=2 328)	8 – 10 Bon (n= 642)	4 – 7 Neutre (n=1 362)	1 – 3 Faible (n= 324)
Fait du bon travail/jamais eu de problème	22 %	47 %	15 %	< 1 %
Toujours des améliorations à apporter	11 %	9 %	14 %	2 %
Pas réactive/longs temps d'attente/difficile à joindre	10 %	4 %	11 %	16 %
Perçoit trop d'impôt/n'aime pas payer des impôts	8 %	1 %	8 %	22 %
Connu des problèmes (général)	7 %	4 %	7 %	13 %
Mauvais service à la clientèle (général)	6 %	< 1 %	6 %	17 %
Politiques ou pratiques inéquitables (général)	6 %	1 %	6 %	15 %
Processus compliqué, inefficace ou lent	6 %	2 %	7 %	9 %
Méfiant à l'égard de l'organisation/manque de transparence	5 %	< 1 %	4 %	18 %
Bon service à la clientèle (général)	4 %	10 %	2 %	1 %
Fournit des paiements ou des remboursements réguliers	4 %	8 %	3 %	1 %
Fournit trop peu de prestations ou de crédits (général)	3 %	1 %	4 %	5 %
Renseignements difficiles à comprendre ou trop compliqués	3 %	1 %	4 %	6 %
Piètre qualité des services en ligne ou du site Web	3 %	2 %	4 %	4 %
Connu des problèmes concernant les prestations d'urgence liées à la COVID-19	3 %	< 1 %	4 %	5 %
Processus efficace de production des déclarations de revenus	3 %	6 %	2 %	< 1 %
Facile à joindre/rapide/réactive	3 %	7 %	1 %	-
Services en ligne ou site Web conviviaux	2 %	6 %	1 %	-
Processus équitable/échéances faciles à respecter	2 %	6 %	1 %	-
Mauvaise résolution des problèmes	2 %	-	1 %	9 %
Facile d'accéder aux renseignements et de les comprendre	2 %	5 %	1 %	< 1 %
Fait des erreurs	2 %	< 1 %	2 %	4 %
Problèmes liés à la sécurité ou à la protection des renseignements personnels	2 %	1 %	2 %	2 %
Difficile de trouver des renseignements	1 %	< 1 %	1 %	2 %
Mauvais service à la clientèle au centre d'appels	< 1 %	< 1 %	< 1 %	2 %
Connu des problèmes concernant les pensions	< 1 %	-	< 1 %	< 1 %
Autre	4 %	4 %	4 %	3 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	13 %	9 %	16 %	2 %

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? PLUSIEURS RÉPONSES PERMISES

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 faible (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 (47 %), ont reçu un bon service à la clientèle (10 %) et estiment que l'Agence effectue des paiements ou des remboursements sur une base périodique (8 %).
- 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 (14 %). Ceux qui ont attribué une cote neutre étaient les plus susceptibles de ne pas fournir de raison valable pour leur évaluation (16 %).
- Les répondants qui ont attribué une cote faible au rendement global avaient tendance à avoir une aversion générale à l'égard du paiement de l'impôt (22 %), à se méfier de l'Agence (18 %), à recevoir un mauvais service à la clientèle (17 %), à avoir eu des difficultés à communiquer avec l'Agence (16 %), à décrire des pratiques déloyales (15 %), à avoir rencontré des problèmes généraux (13 %) ou à avoir eu une mauvaise résolution des problèmes (9 %).

Confiance envers l'Agence du revenu du Canada

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 » : De nombreux Canadiens (44 %) ont exprimé leur confiance à l'égard de l'Agence (cotes de 6 à 7), tandis qu'un peu plus de Canadiens (46 %) ont donné une cote neutre (cotes de 3 à 5). En revanche, quelques Canadiens se sont montrés méfiants à l'égard de l'Agence (9 %). Dans l'ensemble, les résultats ont généré une note moyenne modérément élevée de 5,0/7 (ou 7,1/10 lorsqu'ils ont été convertis en un résultat sur 10 points).

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

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)

Cote de confiance (sur 7)	Total (n=2 400)	ATL (n=260)	QC (n=550)	ON/NT (n= 800)	MB/SK (n= 254)	AB/TNO (n= 266)	CB/YK (n= 310)	18-24 (n= 75)	25-34 (n= 290)	35-49 (n=439)	50-64 (n=568)	65+ (n=1 017)
Confiant (6-7)	44 %	46 %	54 %	42 %	40 %	33 %	42 %	37 %	41 %	42 %	43 %	53 %
Neutre (3-5)	46 %	45 %	42 %	49 %	42 %	49 %	48 %	55 %	44 %	49 %	48 %	40 %
Méfiance (1-2)	9 %	7 %	4 %	8 %	17 %	17 %	10 %	8 %	14 %	9 %	8 %	6 %
Ne sait pas	< 1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	1 %	1 %	< 1 %	-	< 1 %	< 1 %	1 %	1 %
Moyenne (sur 7)	5,0	5,1	5,5	5,0	4,7	4,6	4,9	4,9	4,8	4,9	5,1	5,4

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 (5,5) par rapport à ceux qui vivent au Canada atlantique (5,1), en Ontario (5,0), en Colombie-Britannique (4,9), au Manitoba ou en Saskatchewan (4,7) ou en Alberta (4,6).
- Les répondants âgés de 65 ans ou plus étaient également plus susceptibles de faire confiance à l'Agence (5,4) que les répondants âgés de 18 ans à 24 ans (4,9), 25 à 34 ans (4,8), 35-49 (4,9) et 50-64 (5,1).
- Les femmes étaient plus susceptibles de fournir des cotes de confiance plus élevées que les hommes (5,1 par rapport à 4,9).
- Les répondants ayant fait des études universitaires ont attribué une cote plus élevée que ceux ayant un diplôme d'études secondaires (5,2 par rapport à 4,8).
- Ceux qui ne s'identifient pas comme des personnes en situation de handicap ont tendance à donner une cote plus favorable que ceux qui s'identifient comme tels (5,1 par rapport à 4,8).

- Ceux qui étaient à la retraite (5,4) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que ceux qui travaillaient à temps plein (4,9), ceux qui étaient sans emploi (4,9) et que les 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 (5,3 par rapport à 5,0).

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 (52 %) étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que les employés de l'Agence étaient dignes de confiance, tandis qu'un peu moins étaient d'accord pour dire que les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail (46 %). Plus de deux répondants sur cinq estiment que l'Agence travaille au profit de tous les Canadiens (42 %) et qu'ils font confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste (42 %).

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 » (7,1), tandis que la cote moyenne la plus faible était pour savoir si les répondants font confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste (6,4 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= 2 400)

Énoncés de confiance	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Je crois que les employés de l'Agence sont dignes de confiance (B-3c.)	52 %	35 %	9 %	4 %	7,1
Les employés de l'Agence sont capables d'exercer leurs fonctions convenablement (B-3d.)	46 %	41 %	9 %	4 %	7,0
L'Agence travaille dans l'intérêt de tous les Canadiens (B-3b.)	42 %	40 %	16 %	2 %	6,5
L'Agence est digne de confiance pour prendre les bonnes mesures (B-3a.)	42 %	40 %	16 %	2 %	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 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, 35 % 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). Plus d'un répondant sur dix (12 %) 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 6,7.

Tableau 6. Calculs de l'indice de confiance

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)

Cote de l'indice de confiance	Total (n=2 400)	ATL (n=260)	QC (n=550)	ON/NT (n= 800)	MB/SK (n= 254)	AB/TNO (n= 266)	CB/YK (n= 310)	18-24 (n= 75)	25-34 (n= 290)	35-49 (n=439)	50-64 (n=568)	65+ (n=1 017)
De 8 à 10	35 %	40 %	41 %	36 %	31 %	24 %	32 %	46 %	36 %	33 %	32 %	35 %
4 à < 8	52 %	47 %	54 %	50 %	55 %	53 %	56 %	48 %	52 %	50 %	55 %	53 %
1 à < 4	12 %	12 %	5 %	14 %	14 %	21 %	12 %	5 %	12 %	16 %	13 %	11 %
Je ne sais pas	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %	-	3 %	< 1 %	-	-	1 %	< 1 %	1 %
Moyenne	6,7	6,9	7,4	6,7	6,5	6,0	6,5	7,3	6,8	6,6	6,6	6,7

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

- Les répondants vivant au Québec (7,4) ont fourni une cote moyenne de l'indice de confiance plus élevée que ceux qui vivent au Canada atlantique (6,9), en Ontario (6,7), en Colombie-Britannique (6,5), au Manitoba ou en Saskatchewan (6,5) ou en Alberta (6,0).
- Les jeunes Canadiens âgés 18-24 (7,3) avaient une cote moyenne de l'indice de confiance qui était supérieure à celle des répondants 35-49 ou 50-64 (6,6 respectivement).
- Les femmes étaient plus susceptibles d'avoir un indice de confiance moyen plus élevé que les hommes (6,9 par rapport à 6,6).

- Les Canadiens ayant fait des études universitaires (6,9) ont attribué des cotes plus élevées que ceux ayant fait des études secondaires (6,5), une école de métiers ou un collège (6,6).
- Ceux qui ne s'identifient pas comme des personnes en situation de handicap ont tendance à donner une cote plus favorable que ceux qui s'identifient comme tels (6,8 par rapport à 6,4).
- Les étudiants ont attribué des cotes moyennes plus élevées que celles qui travaillent à temps plein (7,4 par rapport à 6,6).
- Les répondants nés à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée que ceux nés au Canada (7,2 par rapport à 6,6).
- 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) [6,7] ou faible (cotes de 1 à 3) [3,3].
- Les répondants dont la communication récente avec l'Agence a eu lieu en ligne avaient tendance à fournir des cotes plus élevées que ceux dont la communication a eu lieu par la poste (6,9 par rapport à 6,2).

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 (45 %), et 39 % 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= 2 400)

Énoncés de serviabilité	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus. (B-3f)	45 %	36 %	16 %	4 %	6,6
L'Agence est serviable. (B-3h)	39 %	43 %	14 %	4 %	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 ».

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

- Les personnes qui ont communiqué avec l'Agence 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 (6,7, par rapport à 6,0).
 - L'Agence est serviable (6,5, par rapport à 5,4).
- 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 (7,2 Québec par rapport à 6,8 région de l'Atlantique, 6,6 Ontario, 6,2 Manitoba/Saskatchewan, 5,9 Alberta, 6,4 Colombie-Britannique).
 - L'Agence est serviable (7,2 par rapport à 6,4, 6,3, 6,2, 5,6 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 (7,1 par rapport à 6,5).
 - L'Agence est serviable (7,0 par rapport à 6,2).
- Les femmes étaient plus susceptibles d'être d'accord avec chaque mesure que les hommes :
 - L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (6,8 par rapport à 6,4).

- L'Agence est serviable (6,5 par rapport à 6,3).
- Ceux qui ne s'identifient pas comme des personnes en situation de handicap étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence facilite le processus de production de déclarations de revenus par rapport à ceux qui s'identifient comme tels (6,7 par rapport à 6,1).
- Les Canadiens ayant un revenu de ménage de moins de 40 000 \$ (6,6) ou de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (6,6) étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence est serviable par rapport à ceux qui gagnent un revenu de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ ou plus (6,2).

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 étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que les finances de leur ménage étaient touchées de façon négative (73 %). Un autre 19 % 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 évaluations se traduisent par une cote moyenne de 8,3.

Tableau 8. Perceptions des finances des ménages

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)

L'augmentation du coût de la vie a une incidence négative sur les finances de mon ménage. (B-3o)	Total (n= 2 400)	< 40 000 \$ (n= 507)	40 000 \$ – moins de 80 000 \$ (n= 652)	80 000 \$ – moins de 150 000 \$ (n= 610)	150 000 \$ et plus (n= 312)
8 – 10	73 %	76 %	75 %	69 %	72 %
4 – 7	19 %	17 %	16 %	22 %	21 %
1 – 3	7 %	6 %	8 %	9 %	7 %
Je ne sais pas/Refus	1 %	1 %	1 %	< 1 %	< 1 %
Moyenne	8,3	8,4	8,3	8,1	8,2

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 constatations notables entre les sous-groupes comprennent ce qui suit :

- Aucune différence importante n'a été observée entre les groupes de revenu.
- Les personnes vivant au Canada atlantique (8,5), en Alberta (8,5), au Manitoba ou en Saskatchewan (8,5), en Ontario (8,3) ou en Colombie-Britannique (8,3) étaient plus susceptibles de convenir que l'inflation a une incidence sur leurs finances que celles qui vivent au Québec (7,8).
- Les Canadiens âgés 18-24 (8,8), 25-34 (8,7), 35-49 (8,6) et 50-64 (8,2) étaient plus susceptibles d'être d'accord que ceux âgés de 65 ans ou plus (7,4).
- Les étudiants (9,0) étaient plus susceptibles d'être d'accord que ceux qui travaillaient à temps partiel (8,2), ceux qui étaient des travailleurs indépendants (8,0) ou ceux qui étaient à la retraite (7,6).
- Ceux dont la source de revenus provenait de leur employeur étaient plus susceptibles d'être d'accord que les propriétaires d'entreprise ou les associés (8,6 par rapport à 8,2).
- Les Canadiens qui ont évalué le rendement global du gouvernement comme étant faible (cotes de 1 à 3) (8,7) étaient plus susceptibles d'être d'accord que ceux qui ont évalué le rendement comme étant neutre (cotes de 4 à 7) (8,2) ou bon (cotes de 8 – 10) (8,1).

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 (57 %, cotes de 8 à 10), tandis que 31 % ont exprimé une confiance modérée (cotes de 4 à 7). En revanche, plus de 1 répondant sur 10 (11 %) 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 7,2, ce qui représente une cote d'accord modérément élevée.

Tableau 9. Confiance envers l'Agence en ce qui concerne le traitement des renseignements personnels

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

Renseignements et déclaration de confidentialité	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
J'ai confiance que l'Agence traitera mes renseignements personnels de manière appropriée. (B-3l)	57 %	31 %	11 %	1 %	7,2

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 (7,8) ont une fois de plus attribué une cote plus positive à l'Agence que ceux qui vivent en Ontario (7,2), en Colombie-Britannique (7,2), au Canada atlantique (7,1), au Manitoba ou en Saskatchewan (6,9) ou en Alberta (6,5).
- Les Canadiens âgés 18-24 (7,9) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que ceux 35-49 (7,1), 50-64 (7,0) ou de 65 ans ou plus (7,2).
- Les Canadiens ayant fait des études universitaires (7,5) ont attribué des cotes plus élevées que ceux ayant fait des études secondaires (6,9) ou ceux ayant fait 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 (7,7 par rapport à 7,1).
- Ceux qui travaillent à temps partiel ont attribué des notes moyennes plus élevées que ceux qui travaillent à temps plein (7,7 par rapport à 7,1).
- 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) [7,2] ou faible (cotes de 1 à 3) [4,2].

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 ».

Plus de trois quarts des répondants (76 %) 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. Près des deux tiers (63 %) ont également convenu que l'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude, à moins qu'il y ait une preuve du contraire, tandis que l'accord était le plus faible lorsqu'on leur a demandé si l'Agence traite tout le monde de la même façon (37 %).

Les Canadiens étaient légèrement plus enclins à évaluer favorablement leurs perceptions du traitement équitable de la part de l'Agence lorsqu'ils faisaient précisément référence à leurs interactions (41 %) par rapport à un sentiment général selon lequel l'Agence traite les contribuables de façon équitable (38 %)⁴.

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

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)/échantillon fractionné, module de service (n= 1 199)/module d'observation (1 201)

Énoncés d'égalité et de capitaux propres	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à la même pénalité, peu importe qui elles sont. (F-6i)	76 %	13 %	9 %	2 %	8,5
L'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude jusqu'à preuve du contraire. (E-5a)	63 %	27 %	4 %	5 %	7,8
L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec nous. (B-3i)	41 %	40 %	14 %	4 %	6,5
L'Agence traite les contribuables de façon équitable. (B-3i)	38 %	41 %	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 ».

⁴En 2024, une nouvelle variation de l'énoncé d'équité a été présentée à 1 200 répondants afin d'étudier l'incidence de l'accent mis sur les interactions avec l'Agence.

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 (8,6 par rapport à 7,8 de ceux qui évaluent l'Agence entre 4 et 7, et 6,1 de ceux qui évaluent l'Agence entre 1 et 3).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans le cadre de ses interactions (8,5 par rapport à 6,5 et 3,2, respectivement).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (8,1 par rapport à 6,3 et 3,0, respectivement).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (7,8 par rapport à 6,1 et 3,2).
- 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 6,4, 6,0, 6,5 et 5,9, 5,4, 5,6).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (7,2 par rapport à 6,2, 6,1, 5,3, 6,1).
- Les répondants qui sont nés à l'extérieur du Canada étaient plus susceptibles de convenir que :
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (6,9 par rapport à 6,2 de ceux qui sont nés au Canada).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (6,6 par rapport à 6,0).
- Les Canadiens âgés 18-24 étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence traite les contribuables de façon équitable dans leurs interactions par rapport à ceux âgés 50-64 ou de 65 ans ou plus (6,4, 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 » :

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 (56 %) et que l'Agence appuie l'accessibilité des produits du gouvernement et du service à la clientèle (48 %). Moins de répondants (19 %) 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 plus d'un quart (28 %) 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= 1 199)/module d'observation (1 201)

Énoncés d'ouverture et de transparence	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit. (E-5d)	56 %	28 %	8 %	8 %	7,5
L'Agence appuie le fait de rendre les produits du gouvernement et le service à la clientèle accessibles pour tous. (E-5e)	48 %	37 %	10 %	6 %	7,1
L'Agence est transparente avec le public quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt. (F-6j)	19 %	43 %	28 %	10 %	5,1

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 appuie l'accessibilité des produits et des services (7,7 par rapport à 6,9).
 - L'Agence est transparente quant à la poursuite de ceux qui pourraient devoir de l'impôt (5,7 par rapport à 4,9).
- Les Canadiens vivant au Québec (8,2) étaient plus susceptibles de convenir que l'Agence se tient responsable des renseignements écrits par rapport à ceux qui vivent en Ontario (7,4), en Colombie-Britannique (7,4), au Canada atlantique (7,2), au Manitoba ou en Saskatchewan (7,0). Alberta (6,7).

- Les répondants dont le revenu du ménage était inférieur à 40 000 \$ (7,5) 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 \$, ou 150 000 \$ ou plus (6,9 respectivement).
- Au fur et à mesure que le revenu du ménage augmentait, la perception de la transparence publique diminuait, car ceux qui gagnaient moins de 40 000 \$ (5,9), de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (5,2) ou de 80 000 \$ à moins de 100 000 \$ (5,0) étaient plus susceptibles d'attribuer des cotes plus élevées en moyenne que ceux qui gagnaient 150 000 \$ ou plus (4,3).
- Les personnes ayant fait des études secondaires (5,5) 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 (4,9) ou des études universitaires (5,0).
- Les répondants âgés 18-24 (6,0) ou 25-34 (5,7) étaient plus susceptibles de fournir une cote moyenne plus élevée pour la transparence avec le public que ceux âgés 35-49 ou 50-64 (4,7, respectivement).
- Les femmes étaient plus susceptibles que les hommes d'attribuer des cotes moyennes plus élevées pour la responsabilisation (7,7 par rapport à 7,3).

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 « faible » et 10, « excellent ». Plus d'un tiers des répondants (36 %) ont évalué le rendement global comme étant bon (cotes de 8 à 10), et une proportion semblable (42 %) a attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). En revanche, moins de répondants ont décrit le rendement global comme étant faible (21 %, cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 6,0, soit une cote neutre.

Tableau 12. Rendement global du gouvernement du Canada

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Cote globale	Total (n= 770)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 457)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 306)	Propriétaire unique (n= 474)	Société de personnes (n= 80)	Entreprise constituée en société (n= 145)
8 – 10 (bon)	36 %	47 %	21 %	36 %	44 %	21 %
4 – 7 (neutre)	42 %	35 %	53 %	42 %	40 %	48 %
1 – 3 (faible)	21 %	187%	24 %	20 %	15 %	30 %
Je ne sais pas/Refus	1 %	< 1 %	2 %	1 %	1 %	-
Moyenne	6,0	6,5	5,4	6,0	6,4	5,3

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 (6,5 par rapport à 5,4).
- Les sociétés de personnes (6,4) et les propriétaires uniques (6,0) ont obtenu des cotes moyennes plus élevées que les entreprises constituées en société (5,3).
- Les PME du Québec (6,7), de la Colombie-Britannique (6,3), du Manitoba ou de la Saskatchewan (6,2), du Canada atlantique (6,1) ou de l'Ontario (5,9) ont attribué une cote moyenne plus élevée que celles de l'Alberta (4,9).
- Les répondants âgés 35-49 (6,8) ont attribué une cote plus élevée en moyenne que ceux 25-34 (6,0), 50-64 (5,4) et de 65 ans ou plus (5,4).
- Les hommes ont attribué des cotes moyennes plus élevées que les femmes (6,3 par rapport à 5,8).
- Les PME autochtones interrogées avaient tendance à attribuer des cotes plus élevées que les répondants non autochtones (7,7 par rapport à 5,9).
- 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 (7,0 par rapport à 5,4).

On a ensuite demandé aux PME d'évaluer le rendement global de l'Agence en utilisant une échelle de 1 à 10, où 1 signifiait « affreux » et 10, « excellent ». Plus de deux répondants sur cinq (43 %) estimaient que le rendement de l'Agence est bon (cotes de 8 à 10), tandis que 41 % des répondants ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). Plus de 1 répondant sur 10 (15 %) décrit le rendement global comme étant faible (cotes de 1 à 3). Ces cotes ont donné lieu à une cote moyenne de 6,6 pour les PME.

Tableau 13. Rendement global de l'Agence

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Cote globale	Total (n= 770)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 457)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 306)	Propriétaire unique (n= 474)	Société de personnes (n= 80)	Entreprise constituée en société (n= 145)
8 – 10 (bon)	43 %	53 %	29 %	43 %	46 %	30 %
4 – 7 (neutre)	41 %	33 %	52 %	39 %	38 %	52 %
1 – 3 (faible)	15 %	13 %	17 %	16 %	13 %	17 %
Je ne sais pas/Refus	2 %	2 %	3 %	2 %	4 %	1 %
Moyenne	6,6	7,0	6,0	6,6	6,8	6,1

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 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 (7,0 par rapport à 6,0).
- Les sociétés de personnes (6,8) et les propriétaires uniques (6,6) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que les entreprises constituées en société (6,1).
- Ceux qui comptaient de 5 à 99 employés ont attribué une cote plus élevée en moyenne que ceux qui avaient moins d'employés (7,3 par rapport à 6,1).
- Ceux qui avaient communiqué avec l'Agence en ligne ont attribué une cote plus élevée que ceux qui ont utilisé le téléphone (7,2 par rapport à 5,7).

- Ceux vivant au Québec (7,0), en Colombie-Britannique (6,9), dans la région de l'Atlantique (6,6) ou en Ontario (6,5) ont fourni des cotes moyennes plus élevées que ceux qui vivent en Alberta (5,7).
- Les hommes ont attribué des cotes moyennes plus élevées que les femmes (6,8 par rapport à 6,3).
- Les PME autochtones interrogées avaient tendance à attribuer des cotes plus élevées que les répondants non autochtones (8,2 par rapport à 6,4).
- Les répondants âgés 35-49 (7,2) ont attribué une cote plus élevée en moyenne que ceux 25-34 (6,2), 50-64 (6,1) et de 65 ans ou plus (6,2).

On a ensuite demandé aux répondants d'expliquer leur cote. Les cotes globales sont surtout attribuables à l'expérience de service à la clientèle (bon service à la clientèle – 32 %; mauvais service à la clientèle – 27 %), au mauvais rendement global (13 %) et à la qualité ou fonctionnalité du site Web de l'Agence (8 %).

Tableau 14. Raison de l'évaluation du rendement global

Base : (PME) Répondants qui ont fourni une évaluation valide (n= 755)

Raison de l'évaluation	Total (n= 755)	8 – 10 Bon (n= 329)	4 – 7 Neutre (n= 312)	1 – 3 Faible (n= 114)
Bon service/Service à la clientèle	32 %	49 %	24 %	5 %
Mauvais service/Service à la clientèle	27 %	6 %	36 %	61 %
Rendement inefficace/médiocre	13 %	6 %	15 %	26 %
Site Web médiocre	8 %	2 %	13 %	14 %
Mentions négatives (« prend trop », « je les déteste », etc.)	8 %	2 %	8 %	24 %
Service lent	6 %	1 %	9 %	11 %
Bon site web/portail en ligne	4 %	7 %	2 %	3 %
Facilité d'utilisation/simplicité/traitement facile	4 %	8 %	2 %	-
Neutre	4 %	5 %	5 %	-
Sécuritaire/fiable	2 %	5 %	-	-
Mentions positives (« bon », « j'aime », « excellent », etc.)	1 %	1 %	1 %	-
Bonne réputation	< 1 %	1 %	-	-
Rien	15 %	20 %	15 %	2 %
Autre	4 %	5 %	4 %	4 %

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 faible (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 (49 %) et ont mentionné la facilité d'utilisation ou la simplicité globale (8 %).
- Les PME qui ont fourni une cote neutre ont surtout mentionné des problèmes liés au rendement du site Web (13 %), et ont fourni une rétroaction mitigée sur le service à la clientèle (24 % bon, 36 % faible).
- Les répondants qui ont attribué une cote de rendement global faible avaient tendance à avoir un mauvais service à la clientèle lors de la communication avec l'Agence (61 %), des problèmes d'efficacité (26 %) ou des mentions générales négatives (24 %).

Confiance envers 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 totale » et 7 une « confiance totale ». Chez les PME canadiennes, 41 % ont exprimé un niveau élevé de confiance à l'égard de l'Agence (cotes de 6 à 7), tandis qu'un peu plus (47 %) ont exprimé un niveau de confiance modéré (cotes de 3 à 5). Environ une PME sur dix a exprimé un faible niveau de confiance (11 %), ce qui a donné lieu à une cote moyenne neutre de 4,8/7 (ou 6,9/10 lors de la conversion à un résultat de 10 points).

Tableau 15. Confiance globale envers l'Agence

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Cote de confiance (sur 7)	Total (n=770)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 457)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 306)	Propriétaire unique (n= 474)	Société de personnes (n= 80)	Entreprise constituée en société (n= 145)
Confiance (6-7)	41 %	46 %	35 %	39 %	51 %	35 %
Neutre (3-5)	47 %	44 %	50 %	49 %	38 %	48 %
Méfiance (1-2)	11 %	10 %	13 %	11 %	10 %	17 %
Ne sait pas	1 %	< 1 %	2 %	1 %	1 %	-
Moyenne (sur 7)	4,8	4,9	4,6	4,8	5,1	4,5

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 ».

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 4,9 en moyenne par rapport à 4,6).
- Les sociétés de personnes ont exprimé une plus grande confiance à l'égard de l'Agence par rapport aux entreprises constituées en société (5,1 par rapport à 4,5).
- Les répondants vivant dans la région de l'Atlantique (5,1), au Québec (5,0), en Colombie-Britannique (4,9), au Manitoba ou en Saskatchewan (4,9) ou en Ontario (4,7) ont fourni des cotes de confiance moyennes plus élevées que ceux qui vivent en Alberta (4,3).
- Les répondants autochtones ont attribué des cotes moyennes plus élevées que les répondants non autochtones (5,5 par rapport à 4,7).
- Les répondants âgés 35-49 (5,1) ont attribué une cote plus élevée en moyenne que ceux 25-34 (4,7), 50-64 (4,5) et de 65 ans ou plus (4,6).
- Ceux qui comptaient de 5 à 99 employés ont attribué des cotes plus élevées en moyenne que ceux qui avaient moins d'employés (5,2 par rapport à 4,5).
- Les PME canadiennes interrogées dont les communications avec l'Agence ont eu lieu en ligne au cours des 12 derniers mois (5,2) avaient tendance à attribuer des cotes moyennes plus élevées que celles dont les communications ont eu lieu par téléphone (4,5) ou par la poste (4,3).

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 ».

Plus de la moitié des PME étaient fortement d'accord pour dire que les employés de l'Agence étaient dignes de confiance et qu'ils étaient capables de bien faire leur travail (51 % respectivement). Près de la moitié des répondants ont également convenu que l'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens (47 %), tandis que 44 % ont convenu qu'ils faisaient confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste.

Tableau 16. Perceptions de la fiabilité

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Énoncés de confiance	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
J'estime que les employés de l'Agence sont dignes de confiance. (B-3c.)	51 %	32 %	13 %	4 %	6,9
Les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail. (B-3d.)	51 %	33 %	13 %	3 %	7,0
L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens. (B-3b.)	47 %	33 %	18 %	2 %	6,6
Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste. (B-3a.)	44 %	37 %	17 %	2 %	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 ».

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, plus de deux PME interrogées sur cinq (42 %) ont une cote élevée de l'indice de confiance (cotes de 8 à 10), 41 % ont une cote neutre (cotes de 4 à 7), tandis que 16 % ont des cotes d'indice faibles (1 à 3). La cote moyenne de l'indice de confiance pour les PME était de 6,7.

Tableau 17. Calculs de l'indice de confiance

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Cote de l'indice de confiance	Total (n= 770)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 457)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 306)	Propriétaire unique (n= 474)	Société de personnes (n= 80)	Entreprise constituée en société (n= 145)
8 – 10	42 %	48 %	34 %	43 %	46 %	30 %
4 à < 8	41 %	37 %	47 %	40 %	43 %	48 %
1 à < 4	16 %	14 %	19 %	17 %	11 %	21 %
Je ne sais pas	< 1 %	< 1 %	< 1 %	-	-	1 %
Moyenne	6,7	7,0	6,3	6,7	7,1	6,1

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 (7,0 par rapport à 6,3).
- Les sociétés de personnes (7,1) et les propriétaires uniques (6,7) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que les entreprises constituées en société (6,1).
- Ceux qui comptaient de 5 à 99 employés (7,4) ont attribué une cote plus élevée en moyenne que ceux qui avaient moins d'employés (6,3).
- Parmi les répondants qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois, les répondants qui ont interagi avec l'Agence en ligne (7,4) ont fourni une cote moyenne plus élevée que ceux dont la communication a eu lieu par la poste (6,4) ou par téléphone (6,0).
- Ceux dont le but de la communication était lié à la paie (8,4) ont attribué une cote plus élevée en moyenne que ceux dont le but était de demander des renseignements liés à Mon dossier d'entreprise (7,8), à la TPS/TVH (7,7), aux déclarations de revenus des entreprises (7,6) ou à une vérification, un différend ou un examen (7,5).
- Les répondants vivant au Québec (7,3) ont fourni une cote moyenne plus élevée que ceux qui vivent en Ontario (6,6), au Manitoba ou en Saskatchewan (6,5), ou en Alberta (5,7).
- Les répondants qui estiment que l'Agence déploie juste assez d'efforts (7,7) pour réduire la fraude fiscale ont attribué une cote de confiance plus élevée, en moyenne, que ceux qui estiment qu'elle en déploie trop (6,2) ou trop peu (5,8).

- Ceux qui étaient tout à fait d'accord que l'Agence attrape des fraudeurs fiscaux (cotes de 8 à 10) [8,1] étaient plus susceptibles de fournir des cotes de confiance moyennes plus élevées que ceux qui étaient plutôt d'accord (cotes de 4 à 7) [6,4] ou en désaccord (cotes de 1 à 3) [3,4].
- Ceux qui évaluaient le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,5] ont attribué une cote plus élevée que ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (6,3) ou faible (2,8).
- Les répondants autochtones ont attribué une cote moyenne plus élevée que les répondants non autochtones (8,1 par rapport à 6,6).
- Les hommes ont attribué des cotes moyennes plus élevées que les femmes (6,7 par rapport à 6,5).

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 de trois des PME interrogées sur cinq 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 (59 %), tandis que 55 % 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 que l'Agence fournit suffisamment de renseignements pour respecter leurs obligations fiscales d'entreprise (51 %), que l'Agence facilite le processus de production de déclarations de revenus d'entreprise (48 %) et que l'Agence est généralement serviable (46 %). Un peu moins de répondants sont tout à fait d'accord pour dire que l'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions fiscales (44 %).

Tableau 18. Perceptions de la serviabilité

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Énoncés de serviabilité	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun. (B-3g)	59 %	31 %	7 %	2 %	7,5
Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps. (B-3k)	55 %	34 %	10 %	2 %	7,2
L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales. (B-3j)	51 %	35 %	12 %	3 %	7,0
L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus d'entreprise. (B-3f)	48 %	35 %	14 %	2 %	6,8
L'Agence est serviable. (B-3h)	46 %	37 %	16 %	2 %	6,7
L'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt et de prestations (B-3e).	44 %	37 %	16 %	3 %	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 différences entre les sous-groupes comprennent les suivantes :

- Les répondants qui vivent au Québec et en Colombie-Britannique ont tendance à obtenir des cotes plus élevées dans l'ensemble des mesures de serviabilité suivantes, tandis que ceux de l'Alberta se classent toujours moins bien :
 - L'Agence traite les déclarations de revenus de mon entreprise en temps opportun (7,8 Québec, 8,1 Colombie-Britannique par rapport à 7,6 région de l'Atlantique, 7,4 Ontario, 7,4 Manitoba ou Saskatchewan, 7,0 Alberta).
 - Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps (7,6 et 7,7 par rapport à 7,1, 7,1, 7,0 et 6,5).
 - L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,3 et 7,3 par rapport à 6,9, 7,0, 6,6 et 6,4).

- L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus d'entreprise (7,2 et 7,2 par rapport à 6,8, 6,7, 6,8 et 6,3).
- L'Agence est serviable (7,3 et 6,9 par rapport à 6,6, 6,5, 6,4 et 5,8).
- L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens (7,2 et 6,6 par rapport à 6,6, 6,5, 6,2 et 5,6).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les énoncés suivants que celles en activité depuis plus de 10 ans :
 - Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps (7,4 par rapport à 7,0).
 - L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,2 par rapport à 6,7).
 - L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,2 par rapport à 6,3).
 - L'Agence est serviable (7,0 par rapport à 6,3).
 - L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens (7,0 par rapport à 6,0).
- Celles comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles d'être en accord avec tous les énoncés par rapport à celles en comptant moins :
 - L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (7,8 par rapport à 7,4).
 - Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps (7,7 par rapport à 7,0).
 - L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,6 par rapport à 6,6).
 - L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,6 par rapport à 6,3).
 - L'Agence est serviable (7,3 par rapport à 6,2).
 - L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens (7,2 par rapport à 6,1).
- 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 (7,9 par rapport à 7,2).
- Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps (7,6 par rapport à 6,8).
- L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,4 contre 6,4).
- L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,5 par rapport à 6,1).
- L'Agence est serviable (7,4 par rapport à 5,9).
- L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens (7,2 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 :
 - Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps (7,7 par rapport à 6,8).
 - L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,4 par rapport à 6,6).
- Les sociétés de personnes et les entreprises à propriétaire unique ont fourni des cotes moyennes plus élevées pour les mesures suivantes par rapport aux entreprises constituées en société :
 - L'Agence est serviable (7,2 et 6,7 par rapport à 6,1).
 - L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens (7,1 et 6,6 par rapport à 6,0).

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 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 (56 %) ont exprimé un niveau de confiance élevé (cotes de 8 à 10), tandis que 31 % ont accordé une cote de confiance plus modérée (cotes de 4 à 7) et 12 % ont indiqué un faible niveau de confiance (cotes de 1 à 3). Ces cotes ont donné lieu à un niveau de confiance de 7,2 pour les PME, ce qui représente une cote d'accord neutre.

Tableau 19. Confiance envers l'Agence en ce qui concerne le traitement des renseignements d'entreprise

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Énoncés des renseignements d'entreprise	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
J'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mon entreprise de manière appropriée. (B-3I)	56 %	31 %	12 %	2 %	7,2

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 sociétés de personnes ont attribué des cotes moyennes plus élevées que celles des entreprises constituées en société (7,6 par rapport à 6,8).
- Les répondants vivant au Québec (7,6), en Colombie-Britannique (7,5) ou en Ontario (7,2) ont fourni une cote moyenne plus élevée que ceux qui vivent en Alberta (6,2).
- Les personnes âgées 35-49 (7,5) avaient le plus confiance en l'Agence pour traiter les renseignements d'entreprise de façon appropriée par rapport aux personnes âgées 25-34 (6,8) ou 50-64 (7,0).
- Celles qui comptaient de 5 à 99 employés ont attribué une cote plus élevée en moyenne que celles qui avaient moins d'employés (7,7 par rapport à 6,8).
- Parmi les entreprises qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois, celles dont la communication a eu lieu en ligne avaient tendance à fournir des cotes plus élevées que celles qui ont communiqué par téléphone (7,6 par rapport à 6,6).
- Les répondants autochtones ont attribué des cotes moyennes plus élevées que les répondants non autochtones (8,3 par rapport à 7,1).

Égalité et équité

On a demandé aux PME 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 deux tiers (69 %) 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, tandis que 57 % ont convenu que l'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude. Environ deux cinquièmes des répondants ont convenu que l'Agence traite tout le monde de la même façon (42 %).

Les PME canadiennes étaient légèrement plus enclines à convenir que l'Agence traite les contribuables de façon équitable d'un point de vue général (45 %) que lorsqu'elle fait expressément référence à leurs interactions (41 %)⁵.

Parmi ces mesures d'égalité et d'équité, l'accord était le plus fort lorsqu'on leur a demandé si la punition devrait être égale pour les personnes reconnues coupables de fraude fiscale, peu importe qui elles sont (8,3), tandis que l'accord avait tendance à être plus modéré pour les mesures restantes (cotes de 4 à 7).

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

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)/échantillon fractionné, module de service (n= 389)/module d'observation (381)

Énoncés d'égalité et d'équité	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à la même pénalité, peu importe qui elles sont. (F-6h)	69 %	23 %	4 %	3 %	8,3
L'Agence présume que les entreprises déclarent leurs impôts avec exactitude jusqu'à preuve du contraire. (E-5a)	57 %	29 %	7 %	8 %	7,5
L'Agence traite les contribuables de façon équitable (B-3i).	45 %	35 %	14 %	5 %	6,7
L'Agence traite tout le monde de la même façon. (B-3n)	42 %	31 %	19 %	8 %	6,4
L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec eux. (B-3i)	41 %	36 %	20 %	3 %	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 ». /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

⁵En 2024, une nouvelle variation de l'énoncé d'équité a été présentée à 383 répondants afin d'étudier l'incidence de l'accent mis sur les interactions avec l'Agence.

« 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 ».

En ce qui concerne ces énoncés précis, 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 celles qui sont en activité depuis plus longtemps dans le cas des mesures suivantes :
 - L'Agence présume que les entreprises déclarent leurs impôts avec exactitude (7,8 par rapport à 7,2).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (7,0 par rapport à 6,3).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (6,7 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 (8,9 par rapport à 7,8, attribuant à l'Agence la cote neutre et 7,8, la cote faible).
 - L'Agence présume que les entreprises déclarent leurs impôts avec exactitude (8,5 par rapport à 7,4 et 4,8).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (8,4 par rapport à 6,1 et 2,7).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions (8,4 par rapport à 6,0 et 2,3).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (8,3 par rapport à 5,6 et 2,8).
- Les sociétés de personnes et les propriétaires uniques étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes que les entreprises constituées en société :
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans leurs interactions (6,8 et 6,4 par rapport à 5,4).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (6,8 et 6,4 par rapport à 5,7).
- 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 :
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (7,3 par rapport à 6,4).

- L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans leurs interactions (7,1 par rapport à 5,9).
- L'Agence traite tout le monde de la même façon (7,1 par rapport à 5,8).
- Les hommes étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence traite tout le monde de la même façon que les femmes (6,7 par rapport à 6,0).
- 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 ce qui suit :
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (7,0 par rapport à 6,4).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (6,6 par rapport à 6,1).
- Les répondants qui vivent au Québec ont attribué une cote plus élevée, pour les mesures suivantes, que ceux qui vivent en Ontario et en Alberta :
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions (7,3 par rapport à 6,1 et 5,3).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (7,3 par rapport à 6,2 et 5,3).
- Les personnes âgées 35-49 ont fourni des cotes moyennes plus élevées pour les mesures suivantes que celles âgées de 24 à 34 ans ou 50-64 :
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (7,2 par rapport à 6,2 et 6,3).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions (6,9 par rapport à 5,7 et 6,1).
 - L'Agence traite tout le monde de la même façon (7,1 par rapport à 6,2 et 5,8).

Ouverture et transparence

On a demandé aux PME 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 ».

Plus de la moitié des répondants (53 %) étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) que l'Agence appuie l'accessibilité des produits du gouvernement et du service à la clientèle pour tous, tandis qu'un peu moins d'entre eux conviennent que l'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (49 %). Plus du tiers des répondants (36 %) ont convenu que l'Agence est transparente quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt, tandis que 17 % 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= 389)/module d'observation (381)

Énoncés d'ouverture et de transparence	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
L'Agence appuie le fait de rendre les produits du gouvernement et le service à la clientèle accessibles pour tous. (E-5g)	53 %	32 %	8 %	6 %	7,3
L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit. (E-5e)	49 %	30 %	11 %	10 %	7,1
L'Agence est transparente avec le public quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt. (F-6i)	36 %	34 %	17 %	13 %	6,3

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 en activité depuis 10 ans ou moins avaient tendance à attribuer une cote plus élevée que celles qui sont en activité depuis plus de 10 ans dans le cas des mesures suivantes :
 - L'Agence appuie l'accessibilité des produits et des services (7,6 par rapport à 6,7).
 - L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (7,3 par rapport à 6,6).
 - L'Agence est transparente quant à la poursuite de ceux qui pourraient devoir de l'impôt (6,6 par rapport à 5,9).
- Celles qui comptaient de 5 à 99 employés ont attribué une cote plus élevée en moyenne que celles qui avaient moins d'employés lorsqu'il est question de ce qui suit :
 - L'Agence appuie l'accessibilité des produits et des services (7,6 par rapport à 7,1).
 - L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (7,4 par rapport à 6,8).

- L'Agence est transparente quant à la poursuite de ceux qui pourraient devoir de l'impôt (7,1 par rapport à 5,7).
- Les propriétaires uniques étaient plus susceptibles d'être d'accord avec le fait que l'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit par rapport aux entreprises constituées en société (7,3 par rapport à 6,3).
- Les hommes étaient plus susceptibles de convenir que l'Agence est transparente avec le public quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt par rapport aux femmes (6,7 par rapport à 5,7).
- Les personnes vivant au Québec étaient plus susceptibles d'obtenir une cote plus élevée que celles vivant en Alberta pour les mesures suivantes :
 - L'Agence appuie l'accessibilité des produits et des services (7,8 par rapport à 6,4).
 - L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (7,8 par rapport à 6,2).
- Les Canadiens d'âge moyen (35-49) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes que ceux âgés 25-34, 50-64 et de 65 ans ou plus :
 - L'Agence appuie l'accessibilité des produits et des services (7,9 par rapport à 7,1, 6,6 et 7,2).
 - L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (7,6 par rapport à 6,6, 6,8 et 6,3).

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 « faible » et 10, « excellent ». Moins du quart des répondants (23 %) estimaient que le rendement global est bon (cotes de 8 à 10), tandis que 55 % ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). En revanche, un cinquième des intermédiaires fiscaux (20 %) a évalué le rendement global du gouvernement du Canada comme étant faible (cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 5,6, 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= 456)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 338)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 520)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 237)
8 – 10 (bon)	23 %	26 %	19 %	25 %	19 %
4 – 7 (neutre)	55 %	54 %	55 %	53 %	57 %
1 – 3 (faible)	20 %	18 %	24 %	20 %	22 %
Je ne sais pas/Refus	2 %	1 %	2 %	2 %	2 %
Moyenne	5,6	5,7	5,4	5,6	5,4

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 intermédiaires fiscaux qui ont récemment communiqué avec l'Agence par la poste étaient plus susceptibles de fournir des notes plus élevées que ceux dont la communication a eu lieu au moyen du service Représenter un client (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 (5,8 par rapport à 4,9).
- 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 (5,7 par rapport à 5,4).

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 « faible » et 10, « excellent ». Près du tiers des répondants (29 %) estimaient que le rendement de l'Agence est bon (cotes de 8 à 10), tandis que 52 % des répondants ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). Près du cinquième (18 %) décrivaient le rendement global comme étant faible (cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 5,9, soit une cote neutre.

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= 456)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 338)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 520)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 237)
8 – 10 (bon)	29 %	30 %	28 %	29 %	28 %
4 – 7 (neutre)	52 %	53 %	50 %	51 %	53 %
1 – 3 (faible)	18 %	15 %	21 %	19 %	16 %
Je ne sais pas/Refus	1 %	1 %	1 %	1 %	3 %
Moyenne	5,9	6,0	5,8	5,9	6,0

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 ».

Les intermédiaires fiscaux qui ont interagi avec l'Agence par l'intermédiaire du site Web Canada.ca ont attribué une cote plus élevée que ceux dont le moyen de communication était par l'intermédiaire de Représenter un client (6,3 par rapport à 5,5).

En fonction de leur évaluation du rendement global, les répondants ont ensuite été invités à expliquer leur réponse. Les cotes globales sont surtout attribuables à l'expérience de service à la clientèle (mauvais service à la clientèle – 29 %; bon service à la clientèle – 28 %), à l'inefficacité générale (14 %), à la lenteur du service (11 %), aux mentions négatives (9 %) et à la qualité ou à la fonctionnalité du site Web de l'Agence (5 %).

Tableau 24. Raison de l'évaluation du rendement global

Base : (Intermédiaires fiscaux) Répondants qui ont fourni une évaluation valide (n= 799)

Raison de l'évaluation	Total (n= 799)	8 – 10 Bon (n= 235)	4 – 7 Neutre (n= 421)	1 – 3 Faible (n= 143)
Mauvais service ou service à la clientèle	29 %	11 %	30 %	52 %
Bon service ou service à la clientèle	28 %	64 %	16 %	2 %
Rendement inefficace ou faible	14 %	8 %	16 %	16 %
Service lent	11 %	3 %	12 %	21 %
Mentions négatives (« prend trop de temps », « je les déteste », etc.)	9 %	3 %	7 %	26 %
Site Web faible	5 %	1 %	6 %	10 %
Neutre	5 %	5 %	6 %	1 %
Mentions positives (« bon », « j'aime », « excellent », etc.)	3 %	5 %	3 %	-
Bon site Web ou portail en ligne	3 %	6 %	2 %	-
Facilité d'utilisation, simplicité ou traitement facile	2 %	7 %	1 %	-
Sécuritaire ou fiable	2 %	5 %	1 %	-
Les emplois à faible rémunération ont plus de besoins	< 1 %	-	< 1 %	-
L'économie s'améliore	< 1 %	< 1 %	-	-
Rien	10 %	6 %	14 %	6 %
Autre	4 %	2 %	5 %	6 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	< 1 %	< 1 %	< 1 %	-

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

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

- Les intermédiaires fiscaux qui ont fourni de bonnes notes étaient les plus susceptibles de décrire l'obtention d'un bon service à la clientèle (64 %), la facilité des interactions (7 %), l'appréciation du site Web (6 %) et des mentions positives générales (5 %).
- Les répondants qui ont obtenu une cote de rendement global faible avaient tendance à avoir eu un mauvais service à la clientèle en communiquant avec l'Agence (52 %), des mentions générales négatives (26 %), un service lent (21 %), des inefficacités dans le rendement (16 %), ou des problèmes liés au rendement du site Web (10 %).

Confiance envers l'Agence du revenu du Canada

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 totale » et 7 une « confiance totale ». Près du tiers des intermédiaires fiscaux canadiens interrogés (31 %) ont exprimé leur confiance envers l'Agence (cotes de 6 à 7), alors que la plupart (56 %) ont fourni une cote neutre (cotes de 3 à 5). Environ un Canadien sur dix a accordé une note de 1 à 2 à l'Agence (10 %), ce qui a donné lieu à une note moyenne neutre de 4,6/7 (ou 6,8/10 lors de la conversion à un résultat de 10 points).

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= 456)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 338)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 520)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 237)
Confiance (6-7)	31 %	32 %	31 %	33 %	27 %
Neutre (3-5)	56 %	57 %	54 %	53 %	62 %
Méfiance (1-2)	10 %	9 %	12 %	12 %	9 %
Je ne sais pas	2 %	2 %	3 %	2 %	2 %
Moyenne (sur 7)	4,6	4,7	4,5	4,6	4,5

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 ».

- Les répondants vivant au Québec (4,9) ont fourni des notes plus élevées en moyenne que ceux qui vivent en Ontario (4,6), au Manitoba ou en Saskatchewan (4,6), ou en Colombie-Britannique (4,3).

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 ».

Environ deux intermédiaires fiscaux sur cinq étaient fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que les employés de l'Agence sont dignes de confiance (41 %) et que l'Agence fait ce qui est juste (39 %). Un autre tiers étaient d'accord pour dire que les employés de l'Agence sont en mesure de bien faire leur travail (37 %) et que l'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens (36 %).

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 de confiance	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
J'estime que les employés de l'Agence sont dignes de confiance. (B-3c.)	41 %	41 %	16 %	3 %	6,5
Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste. (B-3a.)	39 %	40 %	18 %	2 %	6,2
Les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail. (B-3d.)	37 %	45 %	16 %	2 %	6,4
L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens. (B-3b.)	36 %	42 %	19 %	2 %	6,1

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, près d'un tiers des intermédiaires fiscaux canadiens (30 %) ont fourni une cote élevée de l'indice de confiance (cotes de 8 à 10), tandis que 52 % ont fourni une cote neutre (cotes de 4 à 7) et 18 % ont fourni une cote de confiance faible (cotes de 1 à 3). La cote moyenne de l'indice de confiance pour les intermédiaires fiscaux est de 6,3.

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= 456)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 338)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 520)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 237)
8 – 10	30 %	32 %	28 %	31 %	28 %
4 à < 8	52 %	52 %	51 %	50 %	54 %
1 à < 4	18 %	16 %	2 %	19 %	17 %
Je ne sais pas	< 1 %	-	-	-	1 %
Moyenne	6,3	6,5	6,1	6,2	6,3

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 personnes qui vivent au Québec (6,8) ont obtenu des notes moyennes plus élevées que celles qui vivent en Ontario (6,3), en Alberta (6,2), dans la région de l'Atlantique (5,9), au Manitoba ou en Saskatchewan (5,8) ou en Colombie-Britannique (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 (6,5 par rapport à 6,1).
- Les intermédiaires fiscaux dont le but de la communication la plus récente était lié à l'impôt des entreprises (6,5), à la recherche de renseignements généraux (6,5) ou à leur compte Représenter un client (6,4) avaient des cotes d'indice plus élevées que celles dont la communication était liée à une vérification, à un différend ou à un examen (5,5).

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 deux intermédiaires fiscaux sur cinq étaient tout à fait d'accord pour dire que l'Agence traite les déclarations de revenus de ses clients en temps opportun (42 %), que l'Agence fournit des renseignements adéquats pour respecter les obligations fiscales des clients (40 %), que l'Agence est serviable (40 %) et qu'elle facilite le processus de production des déclarations de

revenus des entreprises (40 %). L'accord diminue légèrement lorsqu'on demande si les renseignements de l'Agence arrivent à temps pour les clients (39 %) et si l'Agence travaille fort pour aider les Canadiens (35 %).

La capacité de l'Agence à traiter les déclarations de revenus de ses clients en temps opportun (6,7) 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 de serviabilité	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
L'Agence traite les déclarations de revenus des entreprises en temps opportun. (B-3-g)	42 %	44 %	11 %	3 %	6,7
L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que vos clients opérationnels puissent respecter leurs obligations fiscales. (B-3j)	40 %	44 %	14 %	2 %	6,5
L'Agence est serviable. (B-3h)	40 %	41 %	18 %	1 %	6,3
L'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises. (B-3f)	40 %	43 %	15 %	3 %	6,4
Les renseignements fournis par l'Agence pour mes clients d'entreprise arrivent à temps. (B-3k)	39 %	45 %	14 %	2 %	6,5
L'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt et de prestations (B-3e).	35 %	45 %	17 %	2 %	6,2

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, d'autres différences entre les sous-groupes comprennent les suivantes :

- Les cotes moyennes étaient toujours élevées au Québec et plus faibles chez les intermédiaires fiscaux vivant en Colombie-Britannique pour tous les énoncés :
 - L'Agence traite les déclarations de revenus des entreprises en temps opportun (6,5 pour la région de l'Atlantique, 6,9 pour le Québec, 7,0 pour l'Ontario, 6,4 pour le Manitoba ou la Saskatchewan, 6,6 pour l'Alberta, 6,3 pour la Colombie-Britannique).

- L'Agence fournit suffisamment de renseignements pour respecter les obligations fiscales des entreprises (6,3, 6,8, 6,7, 6,1, 6,6, 6,0).
- L'Agence est serviable (5,9, 6,8, 6,4, 5,8, 6,1, 5,8).
- L'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises (6,4, 6,7, 6,6, 5,8, 6,3, 5,9).
- Les renseignements de l'Agence arrivent à temps pour mes clients opérationnels (6,3, 6,8, 6,5, 6,2, 6,5, 5,9).
- L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens à régler leurs problèmes liés à l'impôt et aux prestations (6,0, 6,5, 6,2, 5,7, 6,1, 5,6).
- Les intermédiaires fiscaux qui ont interagi avec l'Agence par l'intermédiaire du site Web Canada.ca ont fourni une note plus élevée lorsqu'il s'agit de l'Agence qui travaille fort pour aider les Canadiens à régler leurs questions fiscales et de prestations par rapport à ceux qui interagissent par l'intermédiaire du service Représenter un client (6,7 par rapport à 5,7).
- De plus, les personnes qui interagissent avec l'Agence par l'intermédiaire du site Web Canada.ca étaient plus susceptibles de convenir que l'Agence traite les déclarations de revenus des entreprises en temps opportun par rapport à celles dont la communication a eu lieu par la poste (7,2 par rapport à 6,3).
- Les intermédiaires fiscaux qui étaient inscrits au service Représenter un client avaient plus tendance à être d'accord avec les mesures suivantes que ceux qui n'étaient pas inscrits :
 - L'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises (6,7 par rapport à 5,8).
 - L'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt et de prestations (6,2 par rapport à 5,5).

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 font confiance à l'Agence pour traiter les renseignements de leurs clients opérationnels (notes de 8 à 10) (45 %). Presque autant (39 %) ont fourni une cote neutre (cotes

de 4 à 7), tandis que 13 % ont fourni un faible niveau d'accord (cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 6,8 pour les intermédiaires fiscaux.

Tableau 29. Confiance envers l'Agence qui traite les renseignements sur les clients opérationnels

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

Renseignements et déclaration de confidentialité	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
J'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mes clients opérationnels de manière appropriée. (B-3I)	45 %	39 %	13 %	2 %	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 ».

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= 409)/module d'observation (401)

Énoncés d'égalité et de capitaux propres	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à la même pénalité, peu importe qui elles sont. (F-6h)	60 %	32 %	7 %	2 %	7,7
L'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude jusqu'à preuve du contraire. (E-5a)	44 %	42 %	8 %	6 %	7,0
L'Agence traite les contribuables de façon équitable (B-3i).	39 %	42 %	15 %	4 %	6,4
L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec eux. (B-3i)	36 %	43 %	19 %	2 %	6,2
L'Agence traite tout le monde de la même façon. (B-3n)	32 %	40 %	21 %	6 %	6,0

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 ». /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 ces égalités et les capitaux propres, les tendances suivantes sont ressorties parmi les sous-groupes pertinents :

- Les répondants vivant en Alberta (7,5) ou au Québec (7,4) étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence suppose que les entreprises déclarent leurs impôts avec exactitude par rapport à ceux qui vivent en Colombie-Britannique (6,2).
- Les personnes vivant au Québec étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence traite les contribuables de façon équitable par rapport à celles qui vivent en Ontario (6,3), au Manitoba ou en Saskatchewan (5,8) ou en Alberta (5,8).

- Les intermédiaires financiers vivant au Québec étaient plus susceptibles d’être d’accord avec les mesures suivantes que ceux vivant au Manitoba ou en Saskatchewan, et ceux vivant en Colombie-Britannique :
 - L’Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec nous (6,6 par rapport à 5,6, 5,4).
 - L’Agence traite tout le monde de la même façon (6,4 par rapport à 5,5, 5,4).
- Les personnes inscrites au service Représenter un client étaient plus susceptibles d’être d’accord que l’Agence traite les contribuables de façon équitable dans leurs interactions par rapport à celles qui n’étaient pas inscrites (6,6 par rapport à 5,6).

Ouverture et transparence

On a demandé aux intermédiaires fiscaux 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 ».

Les deux cinquièmes des répondants étaient tout à fait d’accord (notes de 8 à 10) que l’Agence appuie l’accessibilité des produits du gouvernement et du service à la clientèle (40 %) et que l’Agence est responsable des renseignements écrits qu’elle fournit (38 %). Près du tiers des intermédiaires fiscaux étaient d’accord (30 %) que l’Agence est transparente quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l’impôt, alors que 18 % étaient en désaccord (cotes de 1 à 3).

Tableau 31. Perceptions d’ouverture et de transparence

Base : (Intermédiaires fiscaux) échantillon fractionné, module de service (n= 409)/module d’observation (401)

Énoncés d’ouverture et de transparence	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
L’Agence appuie le fait de rendre les produits du gouvernement et le service à la clientèle accessibles pour tous. (E-5g)	40 %	44 %	11 %	4 %	6,7
L’Agence se tient responsable des renseignements écrits qu’elle fournit. (E-5e)	38 %	43 %	15 %	4 %	6,5
L’Agence est transparente avec le public quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l’impôt. (F-6i)	30 %	43 %	18 %	10 %	6,0

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 révèlent ce qui suit :

- Les personnes vivant au Québec étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence rend les produits et les services accessibles par rapport à celles qui vivent en Colombie-Britannique (7,0 par rapport à 6,1).
- 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 (6,4 par rapport à 5,4).
- Les intermédiaires fiscaux qui ont interagi avec l'Agence par l'intermédiaire du site Web Canada.ca ont fourni une note plus élevée concernant la transparence avec le public par rapport à ceux qui ont interagi au moyen du service Représenter un client (6,5 par rapport à 5,1).

Déclarations de revenus

Population générale

Plus de neuf Canadiens sur dix (93 %) ont indiqué qu'ils avaient envoyé à l'Agence une déclaration de revenus des particuliers au cours de la dernière année.

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

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)

Production d'une déclaration de revenus des particuliers	Total (n=2,400)	ATL (n=260)	QC (n=550)	ON/NU (n=800)	MB/SK (n=254)	AB/TNO (n=266)	BC/YK (n=310)	18-24 (n=75)	25-34 (n=290)	35-49 (n=439)	50-64 (n=568)	65+ (n=1,017)
Oui	93 %	95 %	92 %	92 %	92 %	93 %	96 %	82 %	90 %	95 %	94 %	96 %
Non	7 %	4 %	8 %	7 %	8 %	8 %	7 %	18 %	9 %	5 %	5 %	4 %
Je ne sais pas/ Refus	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	< 1 %	-	1 %	-	1 %	-	< 1 %	< 1 %

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

Les différences pertinentes entre les sous-groupes pour cette mesure comprennent ce qui suit :

- Les répondants vivant en Colombie-Britannique (96 %) étaient plus susceptibles d'avoir rempli une déclaration de revenus dans la dernière année par rapport à ceux qui vivent en Ontario (92 %) ou au Québec (92 %).
- Les taux de production demeurent uniformes dans la plupart des groupes d'âge (95 % des personnes âgées 35-49, 94 % des personnes âgées 50-64 et 96 % des personnes âgées de 65 ans ou plus), bien qu'elles aient chuté chez les plus jeunes (90 % des personnes âgées de 25 à 34 et 82 % des personnes âgées 18-24).
- Les Canadiens ayant un diplôme d'une école de métiers ou d'un collège (95 %), ou un diplôme universitaire (94 %) ont indiqué avoir produit une déclaration de revenus des particuliers dans de plus fortes proportions que ceux ayant un diplôme d'études secondaires (89 %).
- Les ménages dont le revenu est de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (94 %), 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (98 %) ou de 150 000 \$ ou plus (96 %) étaient plus susceptibles d'avoir produit une déclaration par rapport à ceux qui gagnaient moins de 40 000 \$ (84 %).
- La production d'une déclaration était plus fréquente chez les répondants nés au Canada que chez ceux nés à l'extérieur du Canada (94 % par rapport à 89 %).

- De plus, la production d'une déclaration était plus fréquente chez les Canadiens qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année que chez ceux qui n'en ont pas eu (96 % par rapport à 91 %).
- Les répondants qui se sont inscrits au service Mon dossier étaient plus susceptibles d'avoir produit une déclaration que ceux qui ne l'ont pas fait (97 % par rapport à 85 %).

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. Les résultats indiquent que 32 % des répondants ont préparé leur déclaration par eux-mêmes, tandis que les 68 % restants ont reçu de l'aide.

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=2 265)

Production de déclarations de revenus des particuliers	Total (n=2 265)	ATL (n=249)	QC (n=520)	ON/ NU	MB/ SK	AB/ TNO	BC/ YK	18-24 (n=62)	25-34 (n=260)	35-49 (n=419)	50-64 (n=537)	65+ (n=977)
				(n=747)	(n=242)	(n=210)	(n=297)					
Préparée sans aide	32 %	29 %	24 %	35 %	33 %	31 %	40 %	23 %	32 %	37 %	36 %	26 %
J'ai reçu de l'aide	68 %	70 %	76 %	65 %	67 %	69 %	59 %	77 %	67 %	63 %	64 %	73 %
Je ne sais pas/ Refus	< 1 %	< 1 %	-	< 1 %	< 1 %	-	< 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 (76 %) ont déclaré avoir reçu de l'aide dans une plus grande mesure que ceux qui vivent au Manitoba ou en Saskatchewan (67 %), en Ontario (65 %) ou en Colombie-Britannique (59 %).
- Les Canadiens âgés 18-24 (77 %) et ceux âgés de 65 ans ou plus (73 %) se sont démarqués comme étant plus susceptibles d'avoir reçu de l'aide par rapport à ceux 35-49 (63 %) ou 50-64 (64 %).
- Les femmes étaient plus susceptibles d'avoir reçu de l'aide que les hommes (70 % par rapport à 65 %).

- Les personnes ayant fait des études secondaires (76 %) ou des études dans une école de métiers ou un collège (69 %) 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 était plus courant chez les Canadiens dont le revenu du ménage était inférieur à 40 000 \$ (72 %) ou ceux qui gagnaient 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (70 %) par rapport à ceux qui gagnaient 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (62 %), ou 150 000 \$ ou plus (60 %).
- 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 (80 % par rapport à 59 %).
- 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 (72 % par rapport à 61 %).
- Parmi ceux qui ont interagi avec l'Agence au cours de la dernière année, les répondants qui ont récemment communiqué avec l'Agence par téléphone (67 %) ou par la poste (66 %) ont déclaré avoir reçu de l'aide dans une plus grande mesure que ceux dont la communication a eu lieu en ligne (51 %).

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. La plupart ont demandé de l'aide à un préparateur de déclarations de revenus professionnel ou à un comptable (81 %), tandis que 19 % se sont tournés vers des amis ou des membres de la famille pour obtenir de l'aide. Très peu (2 %) ont reçu de l'aide 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= 1 562)

Source de l'aide pour produire une déclaration de revenus des particuliers	Total (n= 1 562)	ATL (n= 180)	QC (n= 401)	ON/NU (n= 485)	MB/SK (n= 170)	AB/TNO (n= 144)	CB/YK (n= 182)	18-24 (n= 48)	25-34 (n=163)	35-49 (n= 270)	50-64 (n= 348)	65+ (n= 725)
Préparateur de déclarations de revenus ou comptable	81 %	72 %	83 %	82 %	83 %	78 %	81 %	76 %	76 %	84 %	83 %	81 %
Membre de la famille ou ami	19 %	25 %	17 %	19 %	17 %	20 %	17 %	31 %	24 %	17 %	14 %	16 %
Programme des bénévoles pour aider les gens à remplir leurs déclarations de revenus	2 %	4 %	1 %	2 %	1 %	2 %	4 %	-	3 %	< 1 %	3 %	3 %
Autre	1 %	1 %	< 1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	-	-	1 %	1 %	1 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	< 1 %	-	< 1 %	-	< 1 %	-	-	-	-	-	< 1 %	< 1 %

CG-3. Qui vous a aidé?

La source d'aide demandée variait dans certains sous-groupes. Parmi ceux qui ont reçu de l'aide :

- L'aide d'un professionnel était beaucoup plus fréquente chez les personnes vivant au Québec (83 %), au Manitoba ou en Saskatchewan (83 %) ou en Ontario (82 %) que chez les personnes vivant au Canada atlantique (72 %). Les répondants vivant au Canada atlantique 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 Québec (25 % par rapport à 17 %).
- Les Canadiens âgés 18-24 (31 %) ou 25-34 (24 %) étaient plus susceptibles de demander de l'aide à des amis ou à des membres de la famille que ceux âgés 50-64 (14 %).
- Les hommes ont plus déclaré avoir reçu de l'aide d'un professionnel que les femmes (84 % contre 79 %).
- Les personnes ayant un diplôme universitaire (84 %) ou un diplôme d'une école de métiers ou d'un collège (82 %) étaient plus susceptibles d'avoir sollicité l'aide de professionnels que ceux ayant un diplôme d'études secondaires (75 %).
- Les Canadiens qui ont indiqué être des travailleurs indépendants (93 %) ont eu plus tendance à solliciter l'aide de professionnels que ceux qui travaillent à temps plein (82 %), qui sont à la retraite (81 %), qui travaillent à temps partiel (80 %), qui sont étudiants (71 %) ou que ceux qui sont sans emploi (69 %).

- Les répondants nés au Canada étaient plus susceptibles de recevoir de l'aide d'amis ou de membres de la famille que ceux qui sont nés à l'extérieur du Canada (20 % par rapport à 13 %).
- Ceux 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 (84 % par rapport à 69 %).
- Les répondants ayant un revenu de ménage de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (82 %), de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (86 %) ou de 150 000 \$ ou plus (82 %) avaient tendance à recevoir de l'aide d'un professionnel par rapport à ceux qui gagnaient moins de 40 000 \$ (72 %).
- Les Canadiens dont la source de revenus provient de leur employeur étaient plus susceptibles de recevoir de l'aide de la part d'amis ou de membres de la famille que les propriétaires d'entreprise ou les partenaires (19 % par rapport à 11 %).
- 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 71 %).

On a également demandé aux Canadiens de décrire la méthode utilisée pour produire leur déclaration de revenus des particuliers. Plus de quatre répondants sur cinq (83 %) ont dit avoir produit leurs déclarations de revenus en ligne, tandis que 10 % 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= 2 265)

Méthode utilisée pour produire une déclaration de revenus	Total n= 2 265	ATL N= 249	QC n= 520	ON/ NU n= 747	MB/ SK n= 242	AB/ TNO n= 210	CB/ YK n= 297	18-24 n= 62	25-34 n= 260	35-49 n= 419	50-64 n= 537	65+ n= 977
En ligne	83 %	79 %	78 %	85 %	79 %	88 %	89 %	63 %	89 %	90 %	86 %	77 %
Par la poste	10 %	14 %	15 %	10 %	13 %	5 %	5 %	21 %	5 %	5 %	9 %	16 %
Autre façon	2 %	4 %	4 %	1 %	3 %	1 %	2 %	3 %	2 %	1 %	3 %	3 %
Je ne sais pas/ Refus	4 %	3 %	3 %	4 %	6 %	6 %	4 %	12 %	4 %	4 %	2 %	4 %

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 comprenaient 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 (15 %), dans la région de l'Atlantique (14 %), au Manitoba ou en Saskatchewan (13 %) étaient plus susceptibles d'avoir envoyé leur dernière déclaration de revenus par la poste que ceux qui vivent en Alberta (5 %) ou en Colombie-Britannique. (5 %).
- Inversement, les personnes vivant en Colombie-Britannique (89 %), en Alberta (88 %) ou en Ontario (85 %) étaient plus susceptibles de produire leur déclaration en ligne que celles qui vivent au Québec (78 %).
- Les Canadiens ayant un diplôme universitaire (86 %) ou un diplôme d'une école de métiers ou d'un collège (86 %) étaient plus susceptibles d'avoir produit une déclaration de revenus en ligne que ceux ayant un diplôme d'études secondaires (75 %).

- 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 \$ (83 %), de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (88 %), ou de 150 000 \$ ou plus (92 %) par rapport à ceux qui gagnent moins de 40 000 \$ (71 %).
- Les répondants qui ont rempli eux-mêmes leur déclaration de revenus l’ont fait en ligne dans une plus forte proportion que ceux qui ont reçu de l’aide (88 % par rapport à 81 %).
- Les Canadiens âgés 25-34 (89 %), 35-49 (90 %) ou 50-64 (86 %) étaient plus susceptibles de produire leur déclaration en ligne que ceux 18-24 (63 %) ou de 65 ans ou plus (77 %).
- Les répondants qui travaillaient à temps plein (89 %) ou ceux qui étaient des travailleurs indépendants (87 %) étaient plus susceptibles de produire leur déclaration en ligne que ceux qui étaient retraités (79 %), sans emploi (75 %) ou étudiants (65 %).

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. Environ deux PME sur cinq (40 %) ont déclaré avoir utilisé un service de préparation de déclarations de revenus externe, 34 % ont utilisé uniquement des ressources internes, tandis que 25 % ont utilisé une combinaison des deux.

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

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Production des déclarations de revenus d'entreprise	Total n= 770	En activité depuis 10 ans ou moins n= 457	En activité depuis plus de 10 ans n= 306	Propriétaire unique n= 474	Partenariat n= 80	Entreprise constituée en société n= 145
J'utilise un service externe de préparation de déclarations de revenus.	40 %	40 %	40 %	38 %	40 %	47 %
J'utilise des ressources internes pour préparer les documents d'impôt.	34 %	38 %	29 %	41 %	29 %	12 %
J'utilise une combinaison de services internes et externes.	25 %	22 %	30 %	21 %	30 %	41 %
Je ne sais pas/Refus	1 %	-	1 %	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 exerçant leurs activités dans la région de l'Atlantique étaient plus susceptibles d'utiliser exclusivement des ressources internes que celles en Ontario (45 % par rapport à 31 %).
- Ceux du Manitoba ou de la Saskatchewan (33 %), de l'Alberta (31 %) ou de l'Ontario (28 %) utilisaient plus couramment une combinaison de services internes et externes que ceux du Québec (18 %).
- Les propriétaires uniques (41 %) et les sociétés de personnes (29 %) étaient plus susceptibles de dépendre exclusivement de leurs ressources internes par rapport aux entreprises constituées en société (12 %).
- Inversement, les entreprises constituées en société (41 %) utilisaient plus couramment une combinaison de services internes et externes que les sociétés de personnes (30 %) et les propriétaires uniques (21 %).
- Les entreprises ayant un revenu annuel moyen (de 4 M\$ à moins de 250 M\$) 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 M\$) [46 % par rapport à 29 %].

- 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 (38 % par rapport à 29 %).
- 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 (30 % par rapport à 22 %).
- Les femmes ont plus souvent déclaré utiliser un service de préparation de déclarations de revenus externe que les hommes (45 % par rapport à 37 %).
- Inversement, les hommes étaient plus susceptibles d'avoir utilisé des ressources internes que les femmes (41 % par rapport à 25 %).

En plus de décrire leur approche à l'égard de la production de leurs déclarations de revenus d'entreprise, on a demandé aux PME de fournir leur approche à l'égard de la planification fiscale. Plus d'un tiers (37 %) ont choisi de conserver la planification de l'impôt sur le revenu exclusivement à l'interne, une proportion semblable (36 %) a utilisé des services externes, tandis que 23 % ont déclaré avoir utilisé une approche combinée.

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

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Approche à l'égard de la planification fiscale	Total n= 770	En activité depuis 10 ans ou moins n= 457	En activité depuis plus de 10 ans n= 306	Propriétaire unique n= 474	Partenariat n= 80	Entreprise constituée en société n= 145
J'utilise des ressources internes pour la planification fiscale.	37 %	39 %	36 %	33 %	41 %	46 %
J'utilise un service externe pour la planification fiscale.	36 %	38 %	32 %	42 %	31 %	19 %
J'utilise une combinaison de services internes et externes.	23 %	21 %	26 %	25 %	32 %	32 %
Je ne sais pas/ Refus	4 %	2 %	5 %	3 %	3 %	3 %

CB-3. Qu'en est-il de la planification fiscale? Votre entreprise...

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

- Les entreprises exerçant leurs activités dans la région de l'Atlantique (49 %) étaient plus susceptibles d'utiliser des ressources internes que celles en activité en Ontario (34 %) ou au Québec (33 %).
- Les répondants âgés 25-34 (34 %) étaient plus susceptibles d'utiliser une approche combinée que ceux âgés 35-49 (20 %) ou 50-64 (22 %).
- Les personnes âgées 35-49 (43 %) étaient plus susceptibles de compter sur un service externe que celles âgées 25-34 (29 %) ou 50-64 (34 %).

- L'usage de ressources à l'interne exclusivement était beaucoup plus répandu chez les entreprises dont la taille était de 1 à 4 employés par rapport à celles de 5 à 99 employés (39 % par rapport à 32 %).
- Inversement, les répondants comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles d'utiliser une approche combinée que ceux de 1 à 4 employés (29 % par rapport à 20 %).
- Les entreprises constituées en société étaient plus susceptibles d'utiliser les approches suivantes en matière de planification fiscale que les propriétaires uniques :
 - Utilisation d'un service externe (46 % par rapport à 33 %).
 - Utilisation d'une approche combinée (32 % par rapport à 20 %).
- Les entreprises individuelles (42 %) ou les sociétés de personnes (31 %) recourent à des ressources internes exclusivement dans de plus fortes proportions que les entreprises constituées en société (19 %).
- Les personnes inscrites au service Mon dossier d'entreprise utilisaient plus couramment une approche combinée que celles qui n'étaient pas inscrites (25 % par rapport à 13 %).

Après avoir invité les PME à décrire leurs approches à l'égard de la production des déclarations de revenus et leur processus de préparation, on leur a demandé de donner une cote de satisfaction globale en fonction de leur dernière expérience de production des déclarations de revenus. La satisfaction a été évaluée sur une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « complètement insatisfait » et 10, « complètement satisfait ». Près des deux tiers des PME (63 %) étaient très satisfaits (notes de 8 à 10), tandis que 29 % ont fourni une note modérée (notes de 4 à 7) et peu (6 %) ont obtenu une note de satisfaction globale de 3 ou moins. La cote de satisfaction globale pour la dernière déclaration de revenus se situe à 7,6.

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

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Cote de satisfaction globale	Total n= 770	En activité depuis 10 ans ou moins n= 457	En activité depuis plus de 10 ans n= 306	Propriétaire unique n= 474	Partenariat n= 80	Entreprise constituée en société n= 145
8 – 10	63 %	67 %	58 %	65 %	69 %	53 %
4 – 7	29 %	26 %	34 %	28 %	28 %	37 %
1 – 3	6 %	6 %	7 %	6 %	4 %	10 %
Je ne sais pas	1 %	1 %	1 %	2 %	-	-
Moyenne	7,6	7,8	7,5	7,7	8,0	7,2

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 PME actives au Québec (7,9), en Colombie-Britannique (7,8), dans la région de l'Atlantique (7,8) ou en Ontario (7,6) par rapport à celles de l'Alberta (7,0).
- Les répondants âgés 35-49 (7,9 par rapport à 7,3, pour ceux âgés 25-34, 7,5 pour ceux âgés 50-64).
- Entreprises ayant un revenu annuel moyen (de 4 M\$ à moins de 250 M\$) par rapport à celles ayant un faible revenu (moins de 4 M\$) (8,5 par rapport à 7,2).
- Ceux dont l'entreprise employait de 5 à 99 employés (7,9 par rapport à 7,4, pour ceux qui ont moins d'employés).
- Sociétés de personnes (8,0) et propriétaires uniques (7,7) par rapport aux entreprises constituées en société (7,2).
- Les entreprises qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,8 par rapport à 7,2 pour celles qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme neutre; 5,3 pour un rendement global comme étant faible].
- Ceux qui ont interagi avec l'Agence en ligne (7,9 par rapport à 7,1 pour ceux qui ont interagi par téléphone; 7,0 pour ceux qui ont interagi par courrier).

- Les PME qui ont évalué la mesure dans laquelle l'Agence traite les contribuables de façon équitable comme étant bonne (cotes de 8 à 10) (8,7 par rapport à 7,3 ont indiqué que le traitement équitable était neutre, et 4,8 ont indiqué que le traitement équitable était faible).

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 ». Près de la moitié des intermédiaires fiscaux ont fourni un niveau de satisfaction élevé (notes de 8 à 10) (47 %), tandis que 43 % ont fourni une note modérée (notes de 4 à 7) et 10 % ont obtenu une note de satisfaction globale faible (notes de 1 à 3). La satisfaction globale moyenne des intermédiaires fiscaux canadiens était modérée (7,0).

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= 456	En activité depuis plus de 10 ans n= 338	Communication au cours des 12 derniers mois n= 520	Aucune communication au cours des 12 derniers mois n= 237
8 – 10	47 %	45 %	49 %	46 %	46 %
4 – 7	43 %	43 %	42 %	42 %	46 %
1 – 3	10 %	11 %	8 %	11 %	7 %
Je ne sais pas	1 %	< 1 %	1 %	< 1 %	1 %
Moyenne	7,0	6,9	7,2	7,0	7,0

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) (8,7) 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 faible (cotes de 1 à 3) (4,6).

Les personnes vivant au Québec (7,2) étaient plus susceptibles d’avoir été satisfaites de leur dernière déclaration par rapport à celles qui vivaient au Manitoba, en Saskatchewan ou en Colombie-Britannique (6,6 respectivement).

Communication avec l’Agence

Population générale

Interaction au cours des 12 derniers mois

Lorsqu’on leur a demandé s’ils avaient eu une interaction directe avec l’Agence au cours des 12 derniers mois, 39 % des répondants ont répondu par l’affirmative.

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

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)

Communication avec l’Agence au cours des 12 derniers mois	Total n= 2 400	ATL (n=260)	QC (n=550)	ON/NT (n = 800)	MB/SK (n = 254)	AB/TNO (n = 266)	CB/YK (n= 310)	18-24 (n =75)	25-34 (n =290)	35-49 (n=439)	50-64 (n=568)	65+ (n=1 017)
Oui	39 %	42 %	29 %	40 %	41 %	47 %	43 %	29 %	45 %	47 %	38 %	30 %
Non	60 %	58 %	70 %	59 %	58 %	53 %	57 %	68 %	53 %	53 %	61 %	70 %
Je ne sais pas/ Refus	1 %	< 1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %	3 %	1 %	< 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 (65 %) étaient plus susceptibles d’avoir interagi avec l’Agence par rapport à ceux qui travaillaient à temps partiel (41 %), à temps plein (40 %), à ceux qui étaient sans emploi (36 %) et aux étudiants (35 %) ou à la retraite (30 %).
- Une plus grande proportion d’adultes ayant un diplôme d’études secondaires (69 %) 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 ou d’une formation universitaire (57 %).

- Les répondants âgés de 65 ans ou plus (70 %) étaient plus susceptibles de ne déclarer aucune interaction avec l'Agence par rapport aux répondants âgés 25-34 (53 %), 35-49 (53 %) ou 50-64 (61 %).
- Les Canadiens vivant en Alberta (47 %), en Colombie-Britannique (43 %), dans la région de l'Atlantique (42 %), au Manitoba ou en Saskatchewan (41 %) ou en Ontario (40 %) étaient plus susceptibles d'avoir interagi avec l'Agence que ceux de Québec (29 %).
- 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 dans une société de personnes (60 % par rapport à 36 %).
- Ceux dont le revenu du ménage était de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (42 %) ou de 150 000 \$ et plus (48 %) étaient plus susceptibles de déclarer avoir interagi avec l'Agence par rapport à ceux qui gagnaient 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (36 %), ou moins de 40 000 \$ (30 %).
- 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 (47 % par rapport à 18 %).
- Une plus grande proportion de personnes nées au Canada n'ont déclaré aucune interaction avec l'Agence par rapport à celles nées à l'extérieur du Canada (62 % par rapport à 54 %).
- 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 (48 % par rapport à 36 %).

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 le plus récemment. La plupart des interactions ont eu lieu par téléphone (48 %), tandis que près du quart des répondants se rappellent avoir utilisé le portail fiscal Mon dossier de l'Agence (23 %). Moins de communications avec l'Agence par la poste (14 %), en ligne (8 %), en personne (2 %), par courriel (1 %) ou par télécopieur (1 %).

Tableau 41. Moyen de communication le plus récent avec l'Agence

Base : (Population générale) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n= 882)

Moyen de communication le plus récent avec l'Agence	Total (n= 882)	ATL (n= 100)	QC (n= 153)	ON/NU (n= 311)	MB/SK (n= 106)	AB/TNO (n= 95)	CB/YK (n= 117)	18-24 (n= 23)	25-34 (n= 129)	35-49 (n= 203)	50-64 (n= 217)	65+ (n= 307)
Par téléphone	48 %	53 %	53 %	49 %	53 %	44 %	39 %	54 %	53 %	45 %	53 %	37 %
Portail fiscal sécurisé Mon dossier de l'Agence	23 %	24 %	13 %	24 %	21 %	20 %	31 %	17 %	22 %	25 %	22 %	21 %
Par la poste	14 %	10 %	14 %	14 %	13 %	15 %	16 %	4 %	11 %	13 %	14 %	22 %
Pages de l'impôt du site Web Canada.ca	8 %	3 %	13 %	7 %	8 %	4 %	12 %	22 %	8 %	7 %	6 %	9 %
En personne	2 %	3 %	4 %	2 %	3 %	4 %	<1%	-	3 %	2 %	3 %	3 %
Par courriel	1 %	3 %	-	2 %	-	1 %	-	2 %	1 %	2 %	< 1 %	2 %
Par télécopieur	1 %	1 %	1 %	< 1 %	1 %	5 %	-	-	-	3 %	1 %	1 %
Autre façon	2 %	2 %	1 %	2%	1 %	7 %	< 1 %	-	1 %	3 %	1 %	2 %
Je ne sais pas/ Refus	1 %	1 %	2 %	< 1 %	-	-	1 %	-	1 %	< 1 %	-	2 %

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

Les principales différences entre les segments en ce qui concerne les méthodes de communication avec l'Agence comprennent ce qui suit :

- Les interactions par l'intermédiaire de Mon dossier étaient plus fréquentes chez :
 - Les Canadiens qui vivent en Colombie-Britannique (31 %) ou en Ontario (24 %) par rapport à ceux qui vivent au Québec (13 %).
 - Les Canadiens ayant un revenu de ménage de 150 000 \$ ou plus (32 % par rapport à 18 % de ceux qui gagnent de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$, et de 20 % de ceux qui gagnent moins de 40 000 \$).
 - Les répondants qui ont rempli leur déclaration de revenus des particuliers par eux-mêmes (30 % par rapport à 18 % de ceux qui ont reçu de l'aide).
 - Les Canadiens qui ont évalué la mesure dans laquelle l'Agence traite les contribuables équitablement dans leurs interactions comme étant bons (cotes

de 8 à 10) (31 %) ou neutres (cotes de 4 à 7) (26 %) par rapport à ceux qui ont fourni des cotes faibles (cotes de 1 à 3) (13 %).

- Les interactions par téléphone étaient plus courantes chez :
 - Les répondants qui ont reçu de l'aide pour produire leur déclaration de revenus des particuliers (52 % par rapport à 41 % de ceux qui ont produit leur déclaration par eux-mêmes).
 - Les Canadiens qui ont évalué la mesure dans laquelle l'Agence traite les contribuables de façon équitable dans leurs interactions comme étant faibles (cotes de 1 à 3) par rapport à ceux qui ont fourni de bonnes cotes (cotes de 8 à 10) (59 % par rapport à 39 %).
 - Propriétaires d'entreprise ou partenaires (60 % par rapport à 47 % de ceux dont la source de revenus était leur employeur).
 - Ceux qui vivent au Québec (53 % par rapport à 39 % de ceux qui vivent en Colombie-Britannique).
- Les interactions qui ont lieu par l'intermédiaire du site Web Canada.ca étaient particulièrement courantes parmi les personnes suivantes :
 - Les répondants qui vivent au Québec (13 %) ou en Colombie-Britannique (12 %) par rapport à ceux qui vivent dans la région de l'Atlantique (3 %).
 - Les personnes qui travaillent à temps partiel (20 % par rapport à 9 % à la retraite, 8 % à temps plein, 7 % sans emploi, 5 % d'étudiants, 3 % de travailleurs indépendants).
 - Personnes nées au Canada (10 % par rapport à 4 % chez les personnes nées à l'extérieur du Canada).
- Les personnes âgées de 65 ans ou plus (22 %) étaient plus susceptibles d'avoir communiqué par la poste que celles âgées 18-24 (4 %), 25-34 (11 %), 35-49 (13 %) ou 50-64 (14 %).

Raison de l'interaction

On a demandé aux Canadiens qui avaient eu une interaction avec l'Agence au cours de la dernière année de décrire le but de leur plus récente communication. L'impôt sur le revenu des particuliers était la raison la plus courante, comme l'ont mentionné deux répondants sur cinq (39 %), 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 (20 %), à d'autres prestations ou crédits (16 %), à des éléments liés à leur service Mon dossier (15 %), ou

à des précisions au sujet de renseignements fournis par l'Agence (15 %). De plus, 12 % ont participé à des communications liées à une vérification, à un différend ou à un examen.

Tableau 42. Objectif de la communication la plus récente avec l'Agence

Base : (Population générale) Répondants qui avaient interagi avec l'Agence au cours de la dernière année (n= 882)

Objectif de la communication la plus récente avec l'Agence	Total (n= 882)	ATL (n= 100)	QC (n= 153)	ON/NU (n= 311)	MB/SK (n= 106)	AB/TNO (n= 95)	CB/Yn (n= 117)	18-24 (n= 23)	25-34 (n= 129)	35-49 (n= 203)	50-64 (n= 217)	65+ (n= 307)
Impôt sur le revenu des particuliers	39 %	38 %	33 %	38 %	39 %	46 %	41 %	34 %	36 %	41 %	37 %	43 %
Renseignements généraux autres que ceux concernant la production de vos déclarations	20 %	20 %	21 %	22 %	15 %	19 %	18 %	18 %	23 %	20 %	21 %	19 %
Autres prestations et crédits	16 %	17 %	14 %	15 %	18 %	20 %	19 %	27 %	20 %	18 %	10 %	15 %
Votre compte en ligne de l'Agence (Mon dossier)	15 %	14 %	11 %	17 %	18 %	13 %	17 %	26 %	22 %	12 %	11 %	13 %
Des précisions au sujet de renseignements fournis par l'Agence	15 %	8 %	10 %	18 %	12 %	15 %	15 %	28 %	19 %	16 %	9 %	9 %
Une vérification, un différend ou un examen	12 %	5 %	10 %	10 %	10 %	13 %	22 %	11 %	16 %	13 %	10 %	9 %
Taxe d'affaires (p. ex., déclaration de la TVH)	2 %	1 %	1 %	3 %	2 %	2 %	1 %	-	-	2 %	4 %	2 %

Supplément unique à l'Allocation canadienne pour le logement	1 %	1 %	3 %	-	3 %	-	2 %	4 %	1 %	1 %	1 %	-
Prestation dentaire canadienne	1 %	1 %	-	1 %	-	< 1 %	1 %	-	1 %	-	1 %	2 %
Autre	1 %	-	3 %	1 %	-	2 %	1 %	-	< 1 %	1 %	2 %	1 %
Je ne sais pas/Refus	2 %	4 %	4 %	2 %	3 %	-	3 %	3 %	2 %	2 %	3 %	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...? PLUSIEURS RÉPONSES PERMISES

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

- Les personnes dont la méthode d'interaction a eu lieu en ligne ou par téléphone étaient plus susceptibles de communiquer aux fins suivantes que celles qui interagissent par courrier :
 - Renseignements généraux autres que ceux concernant la production de vos déclarations (23 %, 23 % par rapport à 8 %).
 - Renseignements concernant leur service Mon dossier (21 %, 14 % par rapport à 6 %).
- Les Canadiens qui vivent en Ontario (18 %) ont plus souvent demandé des précisions sur les renseignements fournis par l'Agence que ceux qui vivent au Québec (10 %) ou dans la région de l'Atlantique (8 %).
- Les Canadiens vivant en Colombie-Britannique (22 %) ont plus souvent cité des communications liées à une vérification, à un différend ou à un examen que ceux qui vivent en Ontario (10 %), au Québec (10 %), au Manitoba ou en Saskatchewan (10 %), ou dans la région de l'Atlantique (5 %).
- Les personnes âgées 25-34 (20 %) ou 35-49 (18 %) étaient plus susceptibles de demander des renseignements sur d'autres prestations ou crédits que celles âgées 50-64 (10 %).
- Les Canadiens âgés 25-34 (22 %) avaient plus souvent des communications entourant leur service Mon dossier que ceux âgés 35-49 (12 %) ou 50-64 (11 %).

- Les personnes âgées 25-34 (19 %) ou 35-49 (16 %) étaient plus susceptibles de demander des précisions sur les renseignements fournis par l'Agence que les personnes âgées de 65 ans ou plus (9 %).
- Les répondants nés à l'extérieur du Canada étaient plus susceptibles de demander des précisions sur les renseignements fournis par l'Agence que ceux qui sont nés au Canada (21 % par rapport à 13 %).
- Ceux qui ont reçu de l'aide pour produire leur déclaration de revenus des particuliers étaient plus susceptibles de demander des renseignements liés à d'autres prestations ou crédits par rapport à ceux qui ont produit leur déclaration par eux-mêmes (19 % par rapport à 13 %).
- Les Canadiens qui produisent leur déclaration de revenus des particuliers en ligne étaient plus susceptibles de demander des renseignements généraux autres que des renseignements entourant leur déclaration de revenus par rapport à ceux qui produisent leur déclaration par la poste (22 % par rapport à 7 %).

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 (77 %) et courtois (74 %), mais moins (62 %) de répondants estimaient que le représentant de l'Agence avait pris le temps de comprendre leur situation. En ce qui concerne les renseignements, 67 % ont convenu qu'ils étaient exacts, 64 % estimaient qu'ils étaient complets, et 60 % ont dit qu'ils étaient faciles à comprendre. De plus, près de la moitié de ceux qui ont interagi avec l'Agence ont convenu que le service était rapide (53 %) et facile d'accès (46 %).

Les cotes d'accord moyennes étaient particulièrement bonnes pour ce qui suit :

- Le représentant de l'Agence était professionnel (8,5).
- Le représentant de l'Agence était poli (8,5).
- Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts (8,1)

Les cotes d'accord moyen avec les mesures restantes étaient plus modérées :

- Les renseignements que j'ai reçus étaient complets (7,7).
- Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation (7,6).
- Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre (7,6).
- Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun (6,9).
- Le service offert par l'Agence était facile à accéder (6,6).

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= 882)⁶

Énoncés de satisfaction à l'égard du service	8 – 10	4 – 7	1 – 3	S.O.	NSP/RR	Moyenne
Le représentant de l'Agence était professionnel.	77 %	13 %	5 %	4 %	< 1 %	8,6
Le représentant de l'Agence était poli.	74 %	13 %	6 %	5 %	2 %	8,5
Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	67 %	19 %	8 %	5 %	1 %	8,1
Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	64 %	19 %	12 %	3 %	1 %	7,7
Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	62 %	18 %	16 %	3 %	1 %	7,6
Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	60 %	25 %	11 %	3 %	< 1 %	7,6
Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun	53 %	24 %	18 %	4 %	1 %	6,9
Le service offert par l'Agence était facile d'accès	46 %	32 %	18 %	3 %	1 %	6,6

⁶ Les énoncés en caractères gras se limitent à ceux dont la méthode de communication était par téléphone ou en personne (n= 423)

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 et qui ont fourni leur méthode de communication avec l'Agence ou fourni un objectif valide pour leur interaction la plus récente. 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

Lors de l'évaluation des cotes globales de l'indice de satisfaction à l'égard du service, près de trois répondants sur cinq qui ont interagi avec l'Agence (56 %) ont obtenu des cotes élevées (notes de 8 à 10), et 35 % ont obtenu une cote neutre (cotes de 4 à 7) tandis que 9 % des répondants avaient des notes faibles (de 1 à 3). La cote moyenne de l'indice de satisfaction à l'égard du service chez les répondants était de 7,5.

Tableau 44. Cotes 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= 882).

Cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service	Total (n= 882)	ATL (n= 100)	QC (n= 153)	ON/ NU (n= 311)	MB/ SK (n= 106)	AB/ TNO (n= 95)	CB/ YK (n= 117)	18-24 (n= 23)	25-34 (n= 129)	35-49 (n= 203)	50-64 (n= 217)	65+ (n= 307)
8 – 10	56 %	60 %	72 %	55 %	51 %	40 %	55 %	65 %	56 %	50 %	59 %	54 %
4 à < 8	35 %	32 %	26 %	37 %	40 %	47 %	28 %	28 %	36 %	40 %	32 %	31 %
1 à < 4	9 %	8 %	2 %	8 %	9 %	13 %	16 %	77%	8 %	8 %	8 %	12 %
Je ne sais pas	1 %	-	< 1 %	1 %	-	-	2 %	-	-	1 %	-	2 %
Moyenne	7,5	7,8	8,3	7,6	7,5	6,6	7,3	8,1	7,5	7,4	7,7	7,4

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

- Les personnes vivant au Québec (8,3) ont obtenu des cotes plus élevées en moyenne que celles qui vivent en Ontario (7,6), au Manitoba ou en Saskatchewan (7,5), en Colombie-Britannique (7,3) ou en Alberta (6,6).
- Les répondants qui étaient sans emploi ont obtenu des résultats plus élevés en moyenne que ceux qui travaillaient à temps partiel (7,9 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 (7,9 contre 7,4).
- 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 (7,7) par rapport à ceux dont la communication a eu lieu par courrier (7,1).
- Les répondants dont l'objectif de la communication la plus récente concernait leur service Mon dossier (7,8), des renseignements généraux (7,7), des précisions sur les renseignements envoyés par l'Agence (7,6) ou était lié à l'impôt sur le revenu des particuliers (7,6) ont fourni des cotes moyennes plus élevées que ceux dont la communication était liée à une vérification, à un différend ou à un examen (6,6).
- Les répondants qui ont attribué une bonne cote de rendement global pour l'Agence (cotes de 8 à 10) [8,9] ont attribué une cote plus élevée que ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [7,5] ou faible (cotes de 1 à 3) [5,5].

Petites et moyennes entreprises (PME)

Interaction au cours des 12 derniers mois

On a demandé aux PME canadiennes si elles avaient communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois pour une raison quelconque, soit en ligne, par téléphone ou par courriel. Près de trois répondants sur cinq (57 %) ont déclaré avoir communiqué avec l'Agence.

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

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois	Total n= 770	En activité depuis 10 ans ou moins n= 457	En activité depuis plus de 10 ans n= 306	Propriétaire unique n= 474	Partenariat n= 80	Entreprise constituée en société n= 145
Oui	57 %	64 %	49 %	59 %	55 %	59 %
Non	37 %	32 %	44 %	37 %	34 %	34 %
Je ne me souviens pas	5 %	4 %	7 %	4 %	11 %	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).
- Entreprises qui utilisent des ressources internes pour produire leurs déclarations de revenus (62 % par rapport à 52 % de celles qui utilisent des services de préparation de déclarations de revenus externes).
- Répondants âgés 25-34 (68 %) ou 35-49 (63 % par rapport à 52 % de ceux âgés 50-64 et 48 % de ceux âgés de 65 ans ou plus) .
- Entreprises ayant un revenu annuel moyen (de 4 M\$ à moins de 250 M\$) (69 % par rapport à 52 % de celles ayant un revenu inférieur).
- Entreprises comptant de 5 à 99 employés (72 % par rapport à 50 % de celles ayant moins d'employés).

- Ceux qui se sont inscrits au service Mon dossier d'entreprise (72 % par rapport à 22 % de ceux qui ne sont pas inscrits).

On a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens interrogés qui avaient communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois de préciser le moyen utilisé durant la plus récente communication. Le tiers a interagi par l'intermédiaire du portail Mon dossier d'entreprise (33 %), tandis que 32 % ont utilisé le téléphone. Un cinquième des entreprises (20 %) a interagi avec l'Agence en utilisant les pages de l'impôt sur le site Web Canada.ca, tandis que 8 % ont interagi par la poste. D'autres formes de communication étaient beaucoup moins courantes.

Tableau 46. Moyen de communication le plus récent avec l'Agence

Base : (PME) Répondants qui ont eu une interaction avec l'Agence au cours de la dernière année (n= 442)

Moyen de communication le plus récent avec l'Agence	Total (n= 442)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 457)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 306)	Propriétaire unique (n= 474)	Société de personnes (n= 80)	Entreprise constituée en société (n= 145)
Portail fiscal sécurisé Mon dossier d'entreprise de l'Agence	33 %	34 %	33 %	35 %	30 %	35 %
Par téléphone	32 %	29 %	40 %	30 %	20 %	45 %
Sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca	20 %	25 %	10 %	22 %	27 %	8 %
Par la poste	8 %	5 %	13 %	7 %	16 %	6 %
Par télécopieur	3 %	4 %	1 %	3 %	2 %	4 %
En personne	2 %	1 %	3 %	1 %	5 %	1 %
Autre	1 %	1 %	1 %	1 %	-	-
Je ne me souviens pas	1 %	1 %	1 %	1 %	-	1 %

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

Voici les principales constatations du segment en ce qui concerne la méthode de communication utilisée le plus récemment avec l'Agence :

- Les entreprises en activité depuis plus de 10 ans étaient plus susceptibles d'avoir communiqué avec l'Agence en utilisant les méthodes de communication suivantes par rapport à celles en activité depuis 10 ans ou moins :
 - Par téléphone (40 % par rapport à 29 %).
 - Par la poste (13 % par rapport à 5 %).

- Inversement, celles en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles de communiquer avec l'Agence au moyen des méthodes suivantes par rapport à celles qui exercent leurs activités depuis plus de 10 ans :
 - Sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca (25 % par rapport à 10 %).
 - Par télécopieur (4 % par rapport à 1 %).
- Les entreprises constituées en société (45 %) étaient plus susceptibles d'avoir utilisé le portail Mon dossier d'entreprise que les propriétaires uniques (30 %) ou les sociétés de personnes (20 %).
- Inversement, les sociétés de personnes (27 %) ou les propriétaires uniques (22 %) étaient plus susceptibles de communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire du site Web Canada.ca que les entreprises constituées en société (8 %).

Raison de la communication la plus récente

Nous avons demandé aux entreprises qui avaient eu une interaction avec l'Agence au cours de la dernière année de décrire l'objectif de leur plus récente communication. Les résultats étaient mitigés : 35 % des répondants ont cité des renseignements liés à Mon dossier d'entreprise, 30 % ont fait référence à l'impôt des entreprises, 24 % ont fait référence à la TPS/TVH et 24 % ont demandé des précisions sur les renseignements fournis par l'Agence (24 %). Environ une personne sur cinq a communiqué avec l'Agence pour une question liée à la paie (21 %), des renseignements généraux non liés à la production de déclarations de revenus d'entreprise (21 %), ou une question liée à une vérification, à un différend ou à un examen (18 %).

Tableau 47. Objectif de la communication la plus récente avec l'Agence

Base : (PME) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n= 442)

Objectif de la communication la plus récente avec l'Agence	Total (n= 442)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 291)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 149)	Propriétaire unique (n= 281)	Société de personnes (n= 44)	Entreprise constituée en société (n= 85)
Votre compte en ligne de l'Agence, Mon dossier d'entreprise	35 %	40 %	27 %	37 %	25 %	38 %
Impôt des entreprises	30 %	33 %	26 %	28 %	32 %	36 %
TPS/TVH	24 %	27 %	18 %	26 %	16 %	22 %
Des précisions au sujet de renseignements fournis par l'Agence	24 %	23 %	25 %	26 %	18 %	20 %
Paie	21 %	26 %	12 %	21 %	23 %	20 %
Des renseignements généraux autres que ceux concernant la production de déclarations de revenus des entreprises	21 %	25 %	13 %	23 %	23 %	11 %
Une vérification, un différend ou un examen	18 %	19 %	14 %	21 %	11 %	9 %
Une mise à jour de renseignements sur le compte	1 %	1 %	1 %	1 %	-	1 %
PCU : Prestation canadienne d'urgence	1 %	1 %	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 l'objectif de la communication la plus récente avec l'Agence, les différences liées aux sous-segments comprennent les suivantes :

- Les propriétaires uniques étaient plus susceptibles de déclarer avoir communiqué avec l'Agence aux fins suivantes que les entreprises constituées en société :
 - Des renseignements généraux (23 % par rapport à 11 %).
 - Une vérification, un différend ou un examen (21 % par rapport à 9 %).

- 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 (40 % par rapport à 27 % de ceux qui exercent leurs activités depuis plus de 10 ans).
 - TPS/TVH (27 % par rapport à 18 %).
 - La paie (26 % par rapport à 12 %).
 - Des renseignements généraux (25 % par rapport à 13 %).
- Les hommes étaient plus susceptibles d’avoir communiqué avec l’Agence pour les raisons suivantes que les femmes :
 - L’impôt des entreprises (35 % par rapport à 22 %).
 - La clarification de renseignements (29 % par rapport à 16 %).
 - Des renseignements généraux (28 % par rapport à 11 %).
 - Une vérification, un différend ou un examen (21 % par rapport à 12 %).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles d’être en accord avec les énoncés suivants par rapport à celles comptant moins d’employés :
 - L’impôt des entreprises (37 % par rapport à 25 %).
 - La clarification de renseignements (30 % par rapport à 25 %).
 - La paie (29 % par rapport à 13 %).
 - Des renseignements généraux (29 % par rapport à 14 %).
 - Une vérification, un différend ou un examen (26 % par rapport à 10 %).

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 ».

Près de deux tiers des répondants étaient d’accord (cotes de 8 à 10) que le représentant de l’Agence était professionnel (65 %) et courtois (65 %), et un autre 55 % étaient d’avis que le représentant avait pris le temps de comprendre leur situation. En ce qui concerne les

renseignements fournis par l'Agence, près de deux tiers des répondants ont convenu que les renseignements fournis étaient exacts (67 %), complets (64 %) et faciles à comprendre (61 %). Près de trois entreprises sur cinq ont convenu que le service de l'Agence était en temps opportun (59 %) et qu'il était facile d'y accéder (59 %).

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= 442)⁷

Énoncés sur la satisfaction à l'égard du service	8 – 10	4 – 7	1 – 3	S.O.	NSP/RR	Moyenne
Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	67 %	22 %	8 %	2 %	2 %	7,8
Le représentant de l'Agence était professionnel.	65 %	24 %	11 %	1 %	-	7,7
Le représentant de l'Agence était poli.	65 %	21 %	14 %	-	-	7,7
Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	64 %	24 %	9 %	1 %	1 %	7,6
Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	61 %	27 %	11 %	1 %	< 1 %	7,5
Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun	59 %	25 %	14 %	2 %	1 %	7,3
Le service offert par l'Agence était facile d'accès.	59 %	26 %	14 %	1 %	< 1 %	7,2
Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	55 %	24 %	21 %	-	-	6,9

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 et qui ont fourni leur méthode de communication avec

⁷ Les énoncés en caractères gras se limitent à ceux dont la méthode de communication était par téléphone ou en personne (n= 164)

l'Agence ou fourni un objectif valide pour leur interaction la plus récente. 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 d'accès » + « Le service offert par l'Agence était 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 globales de l'indice de satisfaction à l'égard du service, près de trois entreprises sur cinq (58 %) ont obtenu une cote élevée (de 8 à 10), tandis que 32 % ont obtenu des cotes neutres (de 4 à 7). Près d'un répondant sur dix (10 %) avait une cote faible de l'indice de confiance (cotes de 1 à 3). La cote moyenne de l'indice de satisfaction à l'égard du service parmi les PME canadiennes était de 7,6.

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

Base : (PME) Les répondants qui ont interagi avec l'Agence et qui ont fourni leur méthode de communication avec l'Agence ou ont fourni un objectif valide pour leur interaction la plus récente à l'exception de ceux qui ont sélectionné « Non applicable » pour tous les énoncés (n= 442).

Cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service	Total (n= 442)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 291)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 149)	Propriétaire unique (n= 281)	Société de personnes (n= 44)	Entreprise constituée en société (n= 85)
De 8 à 10	58 %	65 %	44 %	58 %	68 %	55 %
4 à < 8	32 %	27 %	43 %	31 %	27 %	35 %
1 à < 4	10 %	8 %	14 %	11 %	5 %	9 %
Moyenne	7,6	7,8	7,1	7,5	8,1	7,7

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

- Entreprises en activité depuis 10 ans ou moins (7,8 par rapport à 7,1 chez celles en activité depuis 10 ans ou plus).

- Entreprises comptant de 5 à 99 employés (8,0 par rapport à 7,2 de celles ayant moins d'employés).
- Celles qui exercent des activités au Québec (7,9) ou en Ontario (7,7 par rapport à 6,9 chez celles qui exercent des activités en Alberta).
- Les répondants âgés 35-49 (8,0 par rapport à 7,3 chez ceux âgés 50-64, et 7,2 pour ceux âgés de 65+).
- Les hommes (7,8, comparativement à 7,3 pour les femmes).
- Entreprises ayant un revenu annuel moyen (de 4 M\$ à moins de 250 M\$) (8,7 par rapport à 6,9 pour celles ayant un revenu inférieur).
- Entreprises dont la méthode de communication avec l'Agence était par l'intermédiaire du site Web (8,0) ou de Mon dossier d'entreprise (8,0 par rapport à 7,1 parmi celles dont la communication a eu lieu par téléphone, 6,7 par courrier).
- Celles dont l'objectif de la communication la plus récente était lié à la paie (8,4 par rapport à 7,8 parmi celles qui ont cité Mon dossier d'entreprise, 7,6 concernant la TPS/TVH, 7,6 concernant les taxes d'entreprise et 7,5 concernant une vérification, un différend ou un examen).

On a demandé aux entreprises canadiennes qui avaient communiqué avec l'Agence au cours de la dernière année si celle dernière avait réussi à répondre à leurs besoins lors de leur communication la plus récente. Plus de quatre PME sur cinq (82 %) estiment qu'elles ont obtenu ce dont elles avaient besoin de la part de l'Agence à cette occasion, tandis que 15 % ne sont pas d'accord.

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= 442)

Besoins satisfaits lors de la communication avec l'Agence	Total (n= 442)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 291)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 149)	Propriétaire unique (n= 281)	Société de personnes (n= 44)	Entreprise constituée en société (n= 85)
Oui	82 %	86 %	74 %	83 %	89 %	79 %
Non	15 %	12 %	21 %	15 %	9 %	19 %
Je ne sais pas	3 %	2 %	5 %	2 %	2 %	2 %

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

Les besoins étaient plus susceptibles d’avoir été satisfaits pour les sous-segments suivants :

- Entreprises en activité depuis 10 ans ou moins (86 % par rapport à 74 % chez celles en activité depuis 10 ans ou plus).
- Entreprises comptant de 5 à 99 employés (87 % par rapport à 77 % de celles ayant moins d’employés).
- Ceux ayant un revenu annuel moyen (de 4 M\$ à moins de 250 M\$) (97 % par rapport à 73 % pour ceux ayant un revenu inférieur).
- Les hommes (86 % par rapport à 77 % chez les femmes).
- Entreprises dont la communication avec l’Agence a eu lieu en ligne (91 % par rapport à 74 % par la poste, 68 % par téléphone).

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 auprès d’autres institutions financières. Près de la moitié (48 %) croient que le service était à peu près le même. Parmi les répondants restants, un plus grand nombre estiment que l’Agence a fourni un meilleur service (29 %) que le pire service (21 %).

Tableau 51. 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= 442)

Expérience auprès de l’Agence	Total (n= 442)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 291)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 149)	Propriétaire unique (n= 281)	Société de personnes (n= 44)	Entreprise constituée en société (n= 85)
Mieux	29 %	35 %	17 %	31 %	25 %	27 %
À peu près la même	48 %	46 %	51 %	45 %	55 %	52 %
Pire	21 %	16 %	30 %	22 %	18 %	20 %
Je ne sais pas	2 %	2 %	1 %	2 %	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 entreprises qui ont communiqué avec l'Agence par téléphone ont eu plus tendance à estimer que le service de l'Agence était pire (31 %, par rapport à 15 % de celles qui communiquaient en ligne).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins ont décrit le service comme étant meilleur dans une plus forte proportion que celles qui sont en activité depuis plus de 10 ans (35 % par rapport à 17 %).
- 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 (37 % par rapport à 22 %).
- Les entreprises ayant un revenu annuel moyen (de 4 millions de dollars à moins de 250 millions de dollars) étaient plus susceptibles de décrire le service de l'Agence comme étant meilleur (50 %, contre 17 % des entreprises ayant un faible revenu).
- Les entreprises qui exercent leurs activités en Ontario avaient plus tendance à dire qu'elles recevaient un meilleur service lorsqu'elles font affaire avec l'Agence (33 % par rapport à 18 % de celles qui exercent leurs activités en Alberta).

Intermédiaires fiscaux

Interaction au cours des 12 derniers mois

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 (64 %) ont eu un contact avec l'Agence, tandis que 29 % n'ont eu aucune forme de communication 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= 456)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 338)	Inscrit au service Représenter un client (n= 211)	Non inscrit au service Représenter un client (n= 146)
Oui	64 %	67 %	62 %	82 %	45 %
Non	29 %	26 %	33 %	13 %	47 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	7 %	7 %	5 %	5 %	8 %

*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.*

En ce qui concerne la communication avec l'Agence, les tendances des sous-groupes suivants ont pu être dégagée :

- Ceux qui ne sont pas inscrits au service Représenter un client étaient trois fois plus susceptibles que ceux qui le sont à indiquer n'avoir eu aucune communication avec l'Agence (47 % par rapport à 13 %).
- Les entreprises en activité depuis plus de 10 ans ont eu plus tendance à indiquer n'avoir eu aucune communication avec l'Agence que celles en activité depuis 10 ans ou moins (33 % contre 26 %).

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 durant la plus récente interaction. Les intermédiaires fiscaux étaient les plus susceptibles d'avoir utilisé le téléphone (51 %), tandis que 17 % avaient utilisé le site Web Canada.ca et 16 %, le service Représenter un client. Des autres répondants, 11 % ont communiqué par la poste, tandis que les communications en personne (3 %) et par télécopieur (1 %) étaient beaucoup moins courantes.

Tableau 53. Moyen de communication le plus récent avec l'Agence

Base : (Intermédiaires fiscaux) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n= 520)

Moyen de communication le plus récent avec l'Agence	Total (n= 520)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 306)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 209)	Inscrit au service Représenter un client (n= 173)	Non inscrit au service Représenter un client (n= 65)
Par téléphone	51 %	50 %	53 %	47 %	58 %
Sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca	17 %	15 %	19 %	10 %	20 %
Portail fiscal sécurisé Représenter un client de l'Agence	16 %	15 %	18 %	25 %	3 %
Par la poste	11 %	13 %	8 %	11 %	12 %
En personne	3 %	4 %	1 %	3 %	2 %
Par télécopieur	1 %	1 %	<1 %	1 %	2 %
Autre	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %
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 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d’avoir interagi avec l’Agence par la poste que celles en activité depuis plus de 10 ans (13 % par rapport à 8 %).

Les entreprises exerçant leurs activités en Ontario (23 %) étaient plus susceptibles d’avoir interagi avec l’Agence par l’intermédiaire du service Représenter un client que celles du Québec (12 %) ou de la Colombie-Britannique (11 %).

Raison de la communication la plus récente

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. Près de la moitié d’entre eux ont indiqué qu’ils représentaient un particulier (49 %), tandis qu’un peu moins représentaient une entreprise (44 %). 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= 520)

Type de client représenté	Total (n= 520)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 306)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 209)	Inscrit au service Représenter un client (n= 173)	Non inscrit au service Représenter un client (n= 65)
Un particulier	49 %	54 %	44 %	48 %	54 %
Une entreprise	44 %	41 %	49 %	47 %	38 %
Une succession ou une fiducie	4 %	4 %	3 %	4 %	2 %
Un organisme de bienfaisance ou à but non lucratif	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %
Autre	1 %	<1 %	1 %	-	2 %
Je ne sais pas	1 %	<1 %	1 %	-	3 %

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 entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d’agir au nom d’un particulier que celles qui étaient en activité depuis plus de 10 ans (54 % par rapport à 44 %).

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 ou de l'impôt des entreprises (27 % chacun). Un nombre presque équivalent de personnes ont communiqué avec l'Agence au sujet de leur compte Représenter un client (25 %), pour obtenir des précisions sur les renseignements envoyés par l'Agence (21 %). Près d'un cinquième des répondants communiquaient avec l'Agence pour obtenir des renseignements généraux non liés à l'impôt des entreprises, ou au sujet d'une vérification, d'un différend ou d'un examen (17 %, respectivement).

Tableau 55. Objectif de la communication la plus récente avec l'Agence

Base : (Intermédiaires fiscaux) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n= 520)

Objectif de la communication la plus récente avec l'Agence	Total (n= 520)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 306)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 209)	Inscrit au service Représenter un client (n= 173)	Non inscrit au service Représenter un client (n= 65)
Impôt des entreprises	27 %	27 %	28 %	32 %	20 %
Impôts personnels d'un client	27 %	29 %	25 %	28 %	25 %
Votre compte en ligne de l'Agence, Représenter un client	25 %	25 %	25 %	27 %	23 %
Des précisions au sujet de renseignements fournis par l'Agence	21 %	23 %	19 %	23 %	20 %
Des renseignements généraux autres que ceux concernant la production de déclarations de revenus des entreprises	17 %	19 %	14 %	17 %	14 %
Une vérification, un différend ou un examen	17 %	15 %	20 %	13 %	23 %
Préparation des déclarations de revenus de particuliers décédés	<1 %	<1 %	<1 %	1 %	-
Une autre raison	1 %	1 %	<1 %	1 %	-
Je ne me souviens pas	1 %	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 les sous-segments, les constatations liées au but de la communication la plus récente avec l'Agence comprennent les suivantes :

- Les répondants qui communiquaient avec l'Agence en ligne étaient plus susceptibles de déclarer interagir pour les raisons suivantes que ceux qui ont communiqué avec elle par téléphone :
 - Impôt des entreprises (33 % par rapport à 23 %)
 - Renseignements généraux (24 % par rapport à 14 %)
- Les intermédiaires fiscaux qui communiquaient avec l'Agence en ligne étaient plus susceptibles de le faire au sujet de l'impôt d'entreprise de leurs clients que ceux dont la communication a eu lieu par la poste (33 % par rapport à 18 %).
- Ceux qui communiquent avec l'Agence par l'intermédiaire du site Web Canada.ca (31 %) étaient plus susceptibles de demander des renseignements généraux que ceux qui communiquaient avec l'Agence par l'intermédiaire du service Représenter un client (16 %), par la poste (14 %) ou par téléphone (14 %).

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 étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) que le représentant de l'Agence a été professionnel et poli (à 65 %, respectivement), tandis que 56 % estimaient que le représentant avait pris le temps de comprendre leur situation. En ce qui concerne les renseignements fournis par l'Agence, un peu plus de la moitié des répondants étaient tout à fait d'accord pour dire que les renseignements fournis étaient exacts (54 %), complets (53 %) et faciles à comprendre (52 %). Un peu moins que la moitié des répondants des intermédiaires fiscaux ont convenu que le service était facile d'accès (47 %) et opportun (45 %).

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= 520)⁸

⁸ Les énoncés en caractères gras se limitent aux répondants qui ont communiqué par téléphone ou en personne (n= 281)

Énoncés sur la satisfaction à l'égard du service	8 – 10	4 – 7	1 – 3	S.O.	NSP/RR	Moyenne
Le représentant de l'Agence était professionnel.	65 %	26 %	8 %	<1 %	-	7,8
Le représentant de l'Agence était poli.	65 %	28 %	6 %	-	1 %	7,7
Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	56 %	33 %	11 %	-	<1 %	7.2
Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	54 %	32 %	12 %	2 %	1 %	7,2
Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	53 %	33 %	13 %	1 %	1 %	6,9
Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	52 %	35 %	11 %	2 %	-	7,1
Le service offert par l'Agence était facile d'accès.	47 %	37 %	15 %	<1 %	-	6,7
Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun.	45 %	36 %	18 %	1 %	-	6,5

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 et qui ont fourni leur méthode de communication avec l'Agence ou fourni un objectif valide pour leur interaction la plus récente. L'indice est calculé comme il est indiqué ci-dessous :

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 et qui ont fourni leur méthode de communication avec l'Agence ou fourni un objectif valide pour leur interaction la plus récente. 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 d'accès » + « Le service offert par l'Agence était 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, 42 % des intermédiaires fiscaux se situent dans la fourchette de 8 à 10, tandis que près de la moitié (47 %) ont obtenu une cote neutre (cotes de 4 à 7). Près de 1 répondant sur 10 (11 %) a accordé une faible cote à l'indice de confiance (cotes de 1 à 3). La cote moyenne de l'indice de satisfaction à l'égard du service parmi les intermédiaires fiscaux était de 7,0.

Tableau 57. Cotes 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= 519)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 306)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 208)	Inscrit au service Représenter un client (n= 173)	Non inscrit au service Représenter un client (n= 65)
8 – 10	42 %	43 %	42 %	44 %	31 %
4 à < 8	47 %	48 %	45 %	47 %	48 %
1 à < 4	11 %	9 %	13 %	9 %	22 %
Je ne sais pas	-	-	-	-	-
Moyenne	7,0	7,1	6,9	7,2	6,2

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

- Les intermédiaires fiscaux dont l'interaction concernait l'impôt des entreprises (7,4) attribuaient des cotes plus élevées que ceux qui cherchaient à préciser des renseignements envoyés par l'Agence (6,8), à l'impôt personnel d'un client (6,7), à une vérification, à un différend ou à un examen (6,3).
- Les répondants dont l'interaction était liée aux renseignements généraux (7,2) ou au service Représenter un client (7,2) ont attribué des cotes plus élevées que ceux dont la communication était liée à une vérification, à un différend ou à un examen (6,3).
- Ceux qui étaient inscrits au service Représenter un client ont attribué des cotes moyennes plus élevées que ceux qui n'étaient pas inscrits (7,2 par rapport à 6,2).
- Les intermédiaires fiscaux exerçant leurs activités au Québec (7,2) ou en Ontario (7,1) ont donné des cotes plus élevées que ceux qui travaillent en Colombie-Britannique (6,4).

On a demandé aux intermédiaires fiscaux 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. Près de quatre intermédiaires fiscaux sur cinq (78 %) estiment que l'Agence a répondu à leurs besoins, tandis que 20 % d'entre eux jugeaient leurs besoins insatisfaits.

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= 520)

Besoins satisfaits lors de la communication avec l'Agence	Total n= 520	En activité depuis 10 ans ou moins n= 306	En activité depuis plus de 10 ans n= 209	Inscrit au service Représenter un client (n= 173)	Non inscrit au service Représenter un client n= 65
Oui	78 %	82 %	71 %	82 %	60 %
Non	20 %	16 %	24 %	17 %	38 %
Je ne sais pas	2 %	2 %	2 %	1 %	2 %

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

En ce qui concerne les différences sur le plan de la satisfaction des besoins au terme des communications avec l'Agence, les constatations liées aux sous-segments comprennent les suivantes :

- Les intermédiaires fiscaux inscrits au service Représenter un client étaient plus susceptibles de déclarer que leurs besoins ont été satisfaits que ceux qui ne le sont pas (82 % par rapport à 60 %).
- 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 (82 % par rapport à 74 %).

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 (25 %) estime que l'Agence offre un meilleur service que les autres institutions financières avec lesquelles il fait affaire. La plupart des intermédiaires fiscaux (50 %) estiment que le service de l'Agence est à peu près semblable, tandis que 23 % 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= 520)

Expérience auprès de l'Agence	Total n= 520	En activité depuis 10 ans ou moins n= 306	En activité depuis plus de 10 ans n= 209	Inscrit au service Représenter un client n= 173	Non inscrit au service Représenter un client n= 65
Meilleure	25 %	30 %	18 %	28 %	14 %
À peu près la même chose	50 %	53 %	46 %	53 %	43 %
Pire	23 %	16 %	34 %	19 %	42 %
Je ne sais pas	1 %	< 1 %	2 %	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 en activité depuis plus de 10 ans étaient deux fois plus susceptibles de décrire le service comme étant pire que ceux qui exercent leurs activités depuis moins de 10 ans (34 % par rapport à 16 %).
- Les personnes inscrites au service Représenter un client avaient tendance à décrire le service comme étant meilleur que celles qui n’y étaient pas inscrites (28 % par rapport à 14 %).

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 (81 %) sont fortement d’accord (cotes de 8 à 10) pour dire que lorsqu’ils communiquent avec l’Agence par téléphone, ils sont en mesure d’être servis dans la langue officielle de leur choix. Près de la moitié des répondants (48 %) 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= 1 199)

Énoncés de perceptions du service	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Lorsque je communique avec l’Agence par téléphone, je suis en mesure d’être servi dans la langue officielle de mon choix, c’est-à-dire le français ou l’anglais.	81 %	8 %	3 %	8 %	9,1
Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d’impôt auxquels j’ai droit.	48 %	33 %	16 %	3 %	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 différences entre les sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- Les Canadiens vivant en Ontario (9,3) étaient plus susceptibles d’être d’accord pour dire qu’ils reçoivent un service dans la langue officielle de leur choix que ceux qui vivent au Québec (8,9), ou au Manitoba et en Saskatchewan (8,8).
- Les personnes âgées 18-24 (9,5) ou 35-49 (9,3) étaient plus susceptibles de dire qu’elles avaient reçu le service dans la langue officielle de leur choix par rapport aux personnes âgées de 65 ans ou plus (8,7).
- Les répondants qui ont communiqué avec l’Agence au cours des 12 derniers mois étaient plus susceptibles d’être d’accord pour dire qu’ils ont reçu le service dans la langue officielle de leur choix (9,3 par rapport à 8,9).
- Les Canadiens ayant des études universitaires avaient plus tendance à déclarer avoir été en mesure de recevoir des services dans la langue officielle de leur choix que ceux qui ont fait des études secondaires (9,3 par rapport à 8,8).
- 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 (7,5 par rapport à 6,5).
- Les répondants qui étaient à la retraite (7,1) étaient plus susceptibles d’être d’accord pour dire qu’ils savaient comment accéder aux prestations et aux crédits fiscaux auxquels ils avaient droit que ceux qui travaillaient à temps plein (6,6) ou qui étaient sans emploi (6,3).
- Les répondants qui étaient inscrits à Mon dossier étaient plus susceptibles d’être d’accord avec les mesures suivantes que ceux qui ne l’étaient pas :
 - Ils ont été servis dans la langue officielle de leur choix (9,3 par rapport à 8,5).
 - Ils savaient comment accéder aux prestations et aux crédits d’impôt auxquels ils avaient droit (7,1 par rapport à 5,9).

Inscription aux services en ligne

Plus des deux tiers des répondants (69 %) ont déclaré être inscrits au service en ligne Mon dossier de l’Agence.

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

Base : (Population générale) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants
(n= 1 199)

Inscrit au service Mon dossier	Total n= 1 207	ATL n= 130	QC n= 274	ON/ NU n= 401	MB SK n= 128	AB/ TNO n= 112	CB/YK n= 154	18-24 n= 42	25-34 n= 133	35-49 n= 220	50-64 n= 284	65+ n= 515
Oui	69 %	56 %	63 %	73 %	63 %	72 %	74 %	65 %	82 %	82 %	69 %	48 %
Non	27 %	37 %	34 %	23 %	33 %	23 %	22 %	31 %	16 %	15 %	26 %	44 %
Je ne sais pas/ Refus	4 %	7 %	3 %	5 %	4 %	5 %	4 %	4 %	3 %	2 %	5 %	7 %

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.

Les sous-groupes suivants étaient beaucoup plus susceptibles de dire qu'ils étaient inscrits :

- Ceux qui ont eu un contact avec l'Agence au cours des 12 derniers mois (84 % par rapport à 59 % de ceux qui n'en ont pas eu).
- Les Canadiens qui ont communiqué avec l'Agence en ligne au cours de la dernière année (95 % par rapport à 83 % de ceux qui ont interagi par téléphone et 63 % de ceux qui ont eu une communication par la poste).
- Les Canadiens vivant en Colombie-Britannique (74 %), en Ontario (73 %) ou en Alberta (72 % par rapport à 56 % des répondants du Canada atlantique).
- Répondants qui s'identifient comme n'ayant pas de handicap (71 % par rapport à 58 % qui s'identifient comme ayant un handicap).
- Les Canadiens dont le revenu du ménage est de 150 000 \$ ou plus (86 %, comparativement à 51 % pour ceux dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$, à 70 % pour ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ et à 76 % pour ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$).
- Ceux qui étaient des travailleurs indépendants (83 %), et qui travaillaient à temps plein (78 %) ou à temps partiel (72 % par rapport à 50 % de ceux qui étaient à la retraite).

- Les répondants qui ont déclaré produire leur déclaration de revenus eux-mêmes (84 % par rapport à 64 % de ceux qui ont reçu de l'aide).
- Les répondants âgés 25-34 ou ceux âgés 35-49 (82 %, respectivement, par rapport à 69 % des répondants âgés 50-64, ou 48 % de ceux âgés 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 53 % 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 ».

Environ 2 PME sur 5 (42 %) ont exprimé un niveau de confiance élevé (cotes de 8 à 10), tandis que près du tiers des PME (32 %) ont exprimé un niveau de confiance modéré (cotes de 4 à 7). Toutefois, 26 % 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. Ce résultat donne lieu à une cote de confiance moyenne de 6,0.

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= 154)⁹

Cote de confiance	Total n= 154	En activité depuis 10 ans ou moins n= 92	En activité depuis plus de 10 ans n= 62	Propriétaire unique n= 93	Partenariat n= 14	Entreprise constituée en société n= 334
8 – 10	42 %	51 %	27 %	47 %	36 %	24 %
4 – 7	32 %	27 %	40 %	31 %	29 %	35 %
1 – 3	26 %	22 %	32 %	22 %	36 %	41 %
Je ne sais pas	-	-	-	-	-	-
Moyenne	6,0	6,6	5,0	6,5	7,5	4,6

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 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 39 % des répondants. Environ un cinquième des répondants (20 %) préféreraient communiquer avec l'Agence par téléphone, tandis que 10 % d'entre eux choisiraient d'envoyer un courriel à l'Agence, et 8 % voudraient utiliser une fonction de clavardage en ligne. Parmi les autres mentions, citons le fait de demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence (6 %), ou de contacter l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux (5 %), par la poste (5 %) ou par télécopieur (3 %).

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

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

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n= 389)

Source privilégiée pour des renseignements de base	Total (n= 389)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 245)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 142)	Propriétaire unique (n= 246)	Société de personnes (n= 41)	Entreprise constituée en société (n= 71)
Consulter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca	39 %	34 %	49 %	37 %	32 %	54 %
Communiquer avec l'Agence par téléphone	20 %	17 %	26 %	20 %	22 %	18 %
Envoyer un courriel à l'Agence	10 %	12 %	4 %	10 %	5 %	11 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	8 %	11 %	4 %	9 %	15 %	3 %
Demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence	6 %	8 %	4 %	7 %	5 %	8 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	5 %	7 %	3 %	6 %	10 %	-
Communiquer avec l'Agence par courrier	5 %	6 %	3 %	4 %	12 %	1 %
Envoyer une télécopie à l'Agence	3 %	4 %	2 %	4 %	-	1 %
Je ne sais pas	3 %	2 %	5 %	4 %	-	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 vouliez des renseignements de base.

Voici d'autres différences observées entre les sous-groupes en ce qui concerne les préférences de communication :

- Les entreprises en activité depuis plus de dix ans ont eu plus tendance à privilégier les sources de renseignements suivantes que celles en activité depuis dix ans ou moins :
 - Consulter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca (49 % par rapport à 34 %)
 - Communiquer avec l'Agence par téléphone (26 % par rapport à 17 %)
 - Inversement, les personnes qui exerçaient leurs activités depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles de préférer les sources suivantes par rapport à celles en activité depuis plus de 10 ans :
 - Envoyer un courriel à l'Agence (12 % par rapport à 4 %)
 - Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne (11 % contre 4 %)
- Les entreprises constituées en société (54 %) étaient plus susceptibles de préférer visiter le site Web Canada.ca pour obtenir des renseignements généraux par rapport aux propriétaires uniques (37 %) ou aux sociétés de personnes (32 %).
- Les sociétés de personnes, quant à elles, étaient plus susceptibles de préférer communiquer avec l'Agence au moyen de la fonction de clavardage en ligne que les entreprises constituées en société (15 % 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 de précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence. Dans ces circonstances, la réponse la plus courante était de communiquer avec l'Agence par téléphone, sélectionnée par près de 36 % des répondants. Elle était suivie par les courriels (14 %), les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca (12 %), une fonction de clavardage en ligne (10 %), et le fait de demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence (10 %). Les répondants étaient beaucoup moins nombreux à communiquer avec l'Agence par la poste (6 %), par l'intermédiaire des médias sociaux (6 %) ou par télécopieur (4 %).

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= 389)

Source privilégiée pour obtenir des précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence	Total (n= 389)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 245)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 142)	Propriétaire unique (n= 246)	Société de personnes (n= 41)	Entreprise constituée en société (n= 71)
Communiquer avec l'Agence par téléphone	36 %	31 %	46 %	34 %	34 %	45 %
Envoyer un courriel à l'Agence	14 %	15 %	11 %	15 %	10 %	10 %
Consulter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca	12 %	12 %	12 %	13 %	12 %	7 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	10 %	11 %	8 %	10 %	15 %	4 %
Demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence	10 %	8 %	13 %	5 %	12 %	27 %
Communiquer avec l'Agence par courrier	6 %	7 %	3 %	7 %	2 %	4 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	6 %	9 %	1 %	7 %	7 %	3 %
Envoyer une télécopie à l'Agence	4 %	6 %	2 %	5 %	7 %	-
Je ne sais pas	3 %	2 %	4 %	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.

Les préférences différaient sur les points suivants d'un sous-groupe à l'autre :

- Les femmes étaient plus susceptibles de manifester de l'intérêt à communiquer avec l'Agence par téléphone que les hommes (42 % par rapport à 32 %).
- Les entreprises constituées en société (27 %) étaient plus susceptibles de préférer demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence pour obtenir des précisions que les sociétés de personnes (12 %) et les propriétaires uniques (5 %).
- Les entreprises en activité depuis plus de 10 ans étaient plus susceptibles de communiquer avec l'Agence par téléphone pour obtenir des précisions que celles en activité depuis 10 ans ou moins (46 % par rapport à 31 %).
- Les entreprises comptant de 1 à 4 employés étaient plus susceptibles de communiquer avec l'Agence par téléphone que celles comptant de 5 à 99 employés (45 % par rapport à 22 %).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles de préférer les approches suivantes que celles comptant de 1 à 4 employés :
 - Consulter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca (17 % par rapport à 9 %)
 - Communiquer avec l'Agence par courrier (10 % par rapport à 3 %)
 - Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux (10 % par rapport à 3 %)

On a ensuite demandé aux entreprises de décrire comment elles préfèrent obtenir des services ou des renseignements lorsqu'elles ont besoin d'aide concernant une situation fiscale personnelle. Plus du tiers des PME (38 %) ont précisé qu'elles préféreraient communiquer avec l'Agence par téléphone dans cette situation. « Consulter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca » (15 %) se classait au deuxième rang (loin derrière le téléphone), suivi de « Envoyer un courriel à l'Agence » (13 %) et de « Demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence » (11 %). Moins de répondants communiqueraient avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne (8 %), par courrier (6 %), par télécopieur (4 %) ou par l'intermédiaire des médias sociaux (2 %).

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= 389)

Source privilégiée pour obtenir de l'aide concernant une situation fiscale personnelle	Total (n= 389)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 245)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 142)	Propriétaire unique (n= 246)	Société de personnes (n= 41)	Entreprise constituée en société (n= 71)
Communiquer avec l'Agence par téléphone	38 %	36 %	42 %	39 %	32 %	42 %
Consulter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca	15 %	14 %	15 %	12 %	22 %	15 %
Envoyer un courriel à l'Agence	13 %	14 %	11 %	15 %	2 %	12 %
Demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence	11 %	8 %	18 %	7 %	20 %	23 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	8 %	10 %	6 %	10 %	12 %	4 %
Communiquer avec l'Agence par courrier	6 %	8 %	3 %	7 %	7 %	1 %
Envoyer une télécopie à l'Agence	4 %	6 %	1 %	4 %	5 %	1 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	2 %	3 %	1 %	3 %	-	-
Je ne sais pas	2 %	2 %	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.

En ce qui concerne l'obtention d'aide concernant une situation fiscale personnelle, les différences suivantes entre les sous-groupes sont ressorties :

- Les entreprises qui ont recours à des services externes pour produire leurs déclarations de revenus étaient plus susceptibles de demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence que celles qui ont recours à des ressources internes (18 % par rapport à 5 %).
- Les entreprises en activité depuis plus de 10 ans étaient plus susceptibles de demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence que celles en activité depuis 10 ans ou moins (18 % par rapport à 8 %).
- Les propriétaires uniques avaient plus tendance à préférer communiquer avec l'Agence par courriel que les sociétés de personnes (15 % par rapport à 2 %).
- Les entreprises constituées en société (23 %) et les sociétés de personnes (20 %) étaient plus susceptibles de demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence que les propriétaires uniques (7 %).
- Les sociétés de personnes étaient plus susceptibles de préférer communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne que les entreprises constituées en société (12 % par rapport à 4 %).
- 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 (44 % par rapport à 30 %).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles de préférer communiquer avec l'Agence par courrier que celles comptant 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 ».

Un peu plus de 2 PME sur 5 (44 %) étaient très confiantes (cotes de 8 à 10) qu'elles seraient en mesure de régler un désaccord au sujet de leurs impôts, tandis que 34 % ont exprimé un niveau de confiance modéré (cotes de 4 à 7). Près de 1 répondant sur 5 (17 %) s'est dit peu confiant (cotes de 1 à 3) que le problème soit réglé. Ce résultat représente une cote de confiance moyenne de 6,5, soit une cote neutre.

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= 389)

Cote de confiance	Total n= 389	En activité depuis 10 ans ou moins n= 245	En activité depuis plus de 10 ans n= 142	Propriétaire unique n= 246	Partenariat n= 41	Entreprise constituée en société n= 71
8 – 10	44 %	56 %	23 %	50 %	37 %	27 %
4 – 7	34 %	28 %	44 %	32 %	41 %	38 %
1 – 3	17 %	14 %	23 %	14 %	17 %	30 %
Je ne sais pas	5 %	2 %	10 %	5 %	5 %	6 %
Moyenne	6,5	7,0	5,6	6,8	6,6	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 (7,3) que parmi celles exploitées en Ontario (6,5) ou en Alberta (6,0).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus confiantes que celles en activité depuis plus de 10 ans (7,0 par rapport à 5,6).
- Les propriétaires uniques (6,8) et les sociétés de personnes (6,6) étaient plus confiants que les entreprises constituées en société (5,4).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus confiantes que celles comptant moins d'employés (7,2 par rapport à 6,0).
- Les entreprises dont la plus récente communication avec l'Agence avait eu lieu en ligne étaient plus confiantes que celles dont la plus récente communication avec l'Agence avait eu lieu par téléphone (7,2 par rapport à 5,6).
- Les hommes étaient plus confiants que les femmes (6,8 par rapport à 6,1).

On a demandé aux entreprises de se servir de la même échelle de confiance pour évaluer la mesure dans laquelle elles seraient confiantes que le processus soit exécuté de façon équitable en cas de désaccord avec l'Agence au sujet de leurs impôts. Près de la moitié des PME (46 %) étaient très confiantes (cotes de 8 à 10), tandis que 35 % ont exprimé un niveau de confiance modéré (cotes de 4 à 7). Plus de 1 répondant sur 10 (15 %) s'est dit peu confiant (cotes de 1 à 3)

que le processus soit exécuté de façon équitable. Ce résultat représente une cote de confiance moyenne de 6,7.

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= 389	En activité depuis 10 ans ou moins n= 245	En activité depuis plus de 10 ans n= 142	Propriétaire unique n= 246	Partenariat n= 41	Entreprise constituée en société n= 71
8 – 10	46 %	56 %	30 %	52 %	44 %	27 %
4 – 7	35 %	29 %	44 %	33 %	39 %	37 %
1 – 3	15 %	13 %	18 %	12 %	15 %	30 %
Je ne sais pas	4 %	2 %	7 %	4 %	2 %	7 %
Moyenne	6,7	7,1	5,9	6,9	6,9	5,5

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 (7,4) étaient plus confiantes que celles exploitées en Ontario (6,7) ou en Alberta (6,2).
- Les entreprises dont la plus récente communication avait eu lieu en ligne étaient plus confiantes que celles dont la plus récente communication avait eu lieu par téléphone (7,4 par rapport à 6,0).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus confiantes que celles en activité depuis plus de 10 ans (7,1 par rapport à 5,9).
- Les propriétaires uniques (6,9) et les sociétés de personnes (6,9) étaient plus confiants que les entreprises constituées en société (5,5).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus confiantes que celles comptant moins d'employés (7,2 par rapport à 6,2).
- Les hommes étaient plus confiants que les femmes (6,9 par rapport à 6,4).

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 ».

Près de quatre PME sur cinq (78 %) 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 aussi convenu que l'Agence offre des services en ligne qui répondent à leurs besoins (53 %). Près de la moitié des répondants ont précisé qu'ils savaient comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels leur entreprise avait droit ou qu'ils se sentaient bien informés des services offerts par l'Agence (46 %, respectivement).

Tableau 68. Perceptions du service

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n= 389)

Énoncés de perceptions du service	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/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.	78 %	16 %	3 %	3 %	8,6
L'Agence offre des services en ligne qui répondent à vos besoins.	53 %	34 %	9 %	3 %	7,2
Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mon entreprise a droit.	46 %	39 %	12 %	2 %	6,8
Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence.	46 %	39 %	14 %	2 %	6,7

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 différences pertinentes observées entre les sous-groupes :

- Les PME qui ont exclusivement recours à des ressources internes pour produire leurs déclarations de revenus étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes que celles qui ont exclusivement recours à des services externes :
 - L'Agence offre des services en ligne qui répondent à mes besoins (7,6 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 6,2).
- Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence (7,3 par rapport à 6,2).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes que celles en activité depuis plus de 10 ans :
 - L'Agence offre des services en ligne qui répondent à vos besoins (7,5 par rapport à 6,7).
 - Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mon entreprise a droit (7,2 par rapport à 6,3).
 - Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence (7,1 par rapport à 6,1).
- Les entreprises dont la plus récente communication avec l'Agence avait eu lieu en ligne étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes que celles dont la plus récente communication avec l'Agence avait eu lieu par téléphone :
 - L'Agence offre des services en ligne qui répondent à mes besoins (7,8 par rapport à 6,5)
 - Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mon entreprise a droit (7,3 par rapport à 6,4)
 - Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence (7,5 par rapport à 6,0)
- Les entreprises exploitées en Colombie-Britannique étaient plus susceptibles d'être d'accord d'être servies dans la langue officielle de leur choix que celles exploitées au Québec (9,1 par rapport à 8,3).
- Les entreprises exploitées au Québec étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les énoncés suivants que celles exploitées en Ontario, en Alberta ou en Colombie-Britannique :
 - Je comprends comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mon entreprise a droit (7,6 par rapport à 6,7, 6,4 et 6,8).
 - Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence (7,6 par rapport à 6,7, 6,2 et 6,6).

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. Près des trois quarts des PME (73 %)

avaient un compte Mon dossier d'entreprise, 17 % n'en avaient pas et 10 % n'étaient pas certaines 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= 389)

Inscription à Mon dossier d'entreprise	Total n= 389	En activité depuis 10 ans ou moins n= 245	En activité depuis plus de 10 ans n= 142	Propriétaire unique n= 246	Partenariat n= 41	Entreprise constituée en société n= 71
Oui	73 %	75 %	70 %	70 %	76 %	86 %
Non	17 %	18 %	16 %	21 %	10 %	13 %
Je ne sais pas/ Refus	10 %	7 %	13 %	9 %	15 %	11 %

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

Les répondants les plus susceptibles d'être inscrits au portail fiscal sécurisé Mon dossier d'entreprise comprenaient les suivants :

- les PME qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois (89 %, comparativement à 53 % pour celles qui n'ont pas communiqué avec l'Agence);
- les répondants qui ne se sont pas identifiés comme ayant un handicap (76 %, comparativement à 60 % pour ceux qui se sont identifiés comme ayant un handicap);
- les entreprises constituées en société (86 %, comparativement à 76 % pour les sociétés de personnes et à 70 % pour les 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 17 % qui ont indiqué la nécessité d'obtenir des précisions sur les renseignements reçus de l'Agence. Un autre 20 % ont mentionné des difficultés à accéder au portail en ligne, tandis que 18 % ont mentionné la « commodité » de communiquer avec l'Agence par téléphone. Les préoccupations concernant la sécurité ou la protection des renseignements personnels relativement à l'utilisation du portail en ligne (15 %) ont été mentionnées par une entreprise sur dix. Les mentions supplémentaires comprenaient divers besoins en matière de services (13 %).

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= 60)

Raisons de l'appel	Total (n= 60)
Renseignements (réseau)	27 %
Il est beaucoup plus facile d'obtenir ou de rassembler les bons renseignements	5 %
Je n'ai pas pu obtenir les bons renseignements au moyen de Mon dossier d'entreprise	3 %
Impôts/reenseignements fiscaux	2 %
Précisions (sous-réseau)	17 %
Je voulais des précisions approfondies sur des demandes de renseignements ou des réponses claires	17 %
Accès (réseau)	20 %
J'ai eu de la difficulté à accéder au site ou mon compte a été verrouillé	20 %
Commodité (réseau)	18 %
Je préfère parler à un humain qu'utiliser un service en ligne ou une fonction de clavardage	10 %
Je veux une transaction plus rapide	5 %
Cela était plus pratique, plus facile ou plus simple	3 %
Sécurité ou protection des renseignements personnels (réseau)	15 %
La demande de renseignements était délicate et nécessitait une attention personnelle (impôts, entreprise, prestations, etc.)	10 %
La question concernait des factures, un paiement ou des affaires financières	5 %
Divers (réseau)	13 %
On m'a demandé d'appeler, un appel était nécessaire ou je ne faisais que rappeler	8 %
Cela est plus efficace	2 %
J'avais besoin d'une aide immédiate ou un problème devait être réglé immédiatement	2 %
On ne répond pas à mes courriels	2 %
Autre	7 %
<i>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]?</i>	

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 des répondants (65 %) ont indiqué qu'ils étaient responsables de la lecture et du traitement des lettres reçues de l'Agence, tandis que presque tous les autres (33 %) ont indiqué qu'ils lisaient habituellement les lettres personnellement, puis les remettaient à leur comptable ou à leur service des finances. Peu de répondants ont indiqué qu'ils remettaient immédiatement les lettres reçues de l'Agence à leur comptable ou à leur service des finances sans les lire personnellement (1 %).

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= 389)

Processus de réception d'une lettre	Total N= 389	En activité depuis 10 ans ou moins N= 245	En activité depuis plus de 10 ans N= 142	Entreprise à propriétaire unique N= 246	Société de personnes N= 41	Entreprise constituée en société N= 71
Je la lirais et m'en occuperais moi-même	65 %	64 %	65 %	71 %	59 %	55 %
Je la lirais et la donnerais à mon comptable ou à mon service financier pour qu'il s'en occupe	33 %	33 %	34 %	27 %	39 %	42 %
Je la donnerais à mon comptable ou à mon service financier sans la lire	1 %	2 %	-	2 %	-	-
Je ne sais pas/Refus	1 %	1 %	1 %	< 1 %	2 %	3 %

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

Les propriétaires uniques étaient plus susceptibles de préciser qu'ils lisaient les lettres reçues de l'Agence et les traitaient eux-mêmes que les entreprises constituées en société (71 % par rapport à 55 %).

Inversement, les entreprises constituées en société étaient plus susceptibles de préciser qu'elles lisaient les lettres, puis les remettaient à leur comptable ou à leur service des finances que les propriétaires uniques (42 % par rapport à 27 %).

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. Près de la moitié

des entreprises (47 %) avaient du personnel spécialisé pour traiter avec l'Agence au nom de l'organisation, tandis que 52 % 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= 134)¹⁰

Employés dédiés qui traitent avec l'Agence	Total (n= 134)	En activité depuis 10 ans ou moins N= 86	En activité depuis plus de 10 ans N= 48	Entreprise à propriétaire unique N= 70	Société de personnes N= 16	Entreprise constituée en société N= 30
Oui	47 %	53 %	35 %	46 %	69 %	40 %
Non	52 %	45 %	65 %	53 %	31 %	60 %
Je ne sais pas/Refus	1 %	1 %	-	1 %	-	-

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 mentionnés, les services bancaires en ligne (68 %) étaient les plus susceptibles d'être utilisés fréquemment, suivis des paiements en ligne (59 %) et de la réception de factures par voie électronique (53 %). Pas tout à fait la moitié des PME ont aussi indiqué qu'elles faisaient des achats en ligne et envoyaient des factures par voie électronique (44 %, respectivement) fréquemment. Environ 2 entreprises sur 5 envoyaient ou recevaient des transferts électroniques (40 %) ou tenaient à jour un site Web d'entreprise (37 %) fréquemment.

¹⁰ 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= 389)

Fréquence des activités opérationnelles	Fréquemment	Parfois	Rarement	Jamais	Je ne sais pas
Services bancaires en ligne	68 %	22 %	6 %	3 %	1 %
Effectuer des paiements en ligne	59 %	26 %	10 %	5 %	1 %
Recevoir des factures par voie électronique	53 %	25 %	14 %	7 %	1 %
Faire des achats en ligne	44 %	35 %	15 %	5 %	
Envoyer des factures par voie électronique	44 %	30 %	14 %	10 %	1 %
Envoyer ou recevoir des transferts d'argent électronique (virements électroniques)	40 %	38 %	16 %	5 %	1 %
Maintenir un site Web d'entreprise	37 %	21 %	14 %	27 %	1 %

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

Voici des différences pertinentes observées entre les sous-segments en ce qui concerne les diverses activités opérationnelles en ligne :

- Les femmes avaient tendance à indiquer qu'elles utilisaient fréquemment des services bancaires en ligne dans une plus grande mesure que les hommes (78 % par rapport à 61 %).
- Les répondants qui étaient inscrits à Mon dossier d'entreprise avaient tendance à exécuter plus fréquemment les activités suivantes que ceux qui ne l'étaient pas :
 - Effectuer des paiements en ligne (64 % par rapport à 43 %)
 - Envoyer des factures par voie électronique (50 % par rapport à 27 %)
 - Envoyer ou recevoir des transferts électroniques de fonds (45 % par rapport à 25 %)
 - Maintenir un site Web d'entreprise (41 % contre 21 %).

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

Plus des trois quarts des PME (77 %) ont indiqué qu'elles avaient consulté le site Web Canada.ca pour obtenir des renseignements fiscaux.

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= 389)

Déjà consulté le site Web Canada.ca	Total (n= 389)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 245)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 142)	Entreprise à propriétaire unique (n= 246)	Société de personnes (n= 41)	Entreprise constituée en société (n= 71)
Oui	77 %	33 %	77 %	78 %	80 %	80 %
Non	20 %	20 %	19 %	19 %	17 %	18 %
Je ne sais pas/Refus	3 %	2 %	4 %	3 %	2 %	1 %

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 les plus susceptibles d'avoir consulté les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca comprenaient les suivants :

- les entreprises qui ont exclusivement recours à des ressources internes pour produire leurs déclarations de revenus (88 %, comparativement à 66 % pour celles qui ont exclusivement recours à des services externes);
- les répondants qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois (87 %, comparativement à 62 % pour ceux qui n'ont pas communiqué avec l'Agence);
- Celles qui se sont inscrites au service Mon dossier d'entreprise (84 % par rapport à 52 % de celles non 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 (52 %) sont fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que le site Web fournit les renseignements dont ils ont besoin. Environ la moitié des répondants étaient d'accord avec l'énoncé selon lequel les renseignements fournis sont faciles à comprendre (50 %) 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= 301)

Énoncés de perceptions du site Web	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Le site Web vous fournit les renseignements dont vous avez besoin.	52 %	39 %	9 %	1 %	7,2
Les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre.	50 %	36 %	13 %	-	6,9
Il est facile de trouver les renseignements que je cherche.	46 %	38 %	16 %	-	6,6

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?

Voici des différences pertinentes observées entre les sous-groupes en ce qui concerne les mesures d'évaluation du site Web :

- Les entreprises exploitées au Québec étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes que celles exploitées en Alberta :
 - Le site Web m'a fourni les renseignements dont j'avais besoin (7,7 par rapport à 6,7)
 - Les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre (7,4 par rapport à 6,5).
 - Il est facile de trouver les renseignements que je cherche (7,6 par rapport à 5,8).
- Les propriétaires uniques étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes que les entreprises constituées en société :
 - Le site Web m'a fourni les renseignements dont j'avais besoin (7,3 par rapport à 6,4)
 - Les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre (7,1 par rapport à 6,1)
 - Il est facile de trouver les renseignements que je cherche (6,8 par rapport à 5,8)

- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d’être d’accord avec les mesures suivantes que celles en activité depuis plus de 10 ans :
 - Le site Web m’a fourni les renseignements dont j’avais besoin (7,4 par rapport à 6,7)
 - Les renseignements fournis sur les pages sur l’impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre (7,2 par rapport à 6,3)
 - Il est facile de trouver les renseignements que je cherche (7,1 par rapport à 5,9)
- Les répondants qui étaient inscrits à Mon dossier d’entreprise étaient plus susceptibles d’être d’accord avec les mesures suivantes que ceux qui ne l’étaient pas :
 - Le site Web m’a fourni les renseignements dont j’avais besoin (7,3 par rapport à 6,3)
 - Les renseignements fournis sur les pages sur l’impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre (7,0 par rapport à 6,1)
 - Il est facile de trouver les renseignements que je cherche (6,9 par rapport à 5,5)

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 ». Un peu plus de 2 PME sur 5 (42 %) étaient tout à fait en accord (cotes de 8 à 10) avec l’énoncé selon lequel elles avaient passé moins de temps à chercher les renseignements dont elles avaient besoin pour respecter leurs obligations fiscales au cours de la dernière année. Un peu moins de répondants étaient tout à fait en accord avec les énoncés selon lesquels l’Agence tient compte de leurs besoins lorsqu’elle élabore des produits et des services (40 %) et les nouveaux produits et services répondent aux impératifs liés aux affaires (40 %).

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

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n= 389)

Énoncés d’impression	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/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.	42 %	42 %	10 %	5 %	6,8

L'Agence prend en considération les besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services.	40 %	35 %	12 %	14 %	6,8
L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent bien aux impératifs liés aux affaires.	40 %	33 %	11 %	16 %	6,9

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.

Voici des différences pertinentes observées entre les sous-groupes en ce qui concerne les mesures de production des déclarations de revenus des entreprises :

- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes que 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 6,2).
 - L'Agence prend en considération les besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services (7,3 par rapport à 6,0).
 - L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent bien aux impératifs liés aux affaires (7,3 par rapport à 5,9).
- Les entreprises exploitées au Québec étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes que celles exploitées en Ontario ou en Colombie-Britannique :
 - Au cours de la dernière année, j'ai passé moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin pour respecter les obligations fiscales de mon entreprise (7,6 par rapport à 6,7 et à 6,2)
 - L'Agence tient compte des besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services (7,5 par rapport à 6,8 et à 6,8)
 - L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent aux impératifs liés aux affaires (7,7 par rapport à 7,0 et à 6,6)

On a demandé aux entreprises d'évaluer la mesure dans laquelle le respect de leurs obligations fiscales représentait un fardeau. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout un fardeau » et 10, « énorme fardeau ». La majorité des répondants estimaient qu'il s'agissait d'un énorme fardeau (cotes de 8 à 10) [37 %] ou d'un fardeau modéré (cotes de 4 à 7) [38 %]. Les autres répondants (25 %) ont attribué la cote 1 à 3 à la mesure dans

laquelle le respect de leurs obligations fiscales représentait un fardeau. Ce résultat représente une cote de fardeau moyenne de 6,0, 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= 389)

Cote de fardeau	Total (n= 389)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 245)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 142)	Entreprise à propriétaire unique (n= 246)	Société de personnes (n= 41)	Entreprise constituée en société (n= 71)
8 – 10	37 %	43 %	25 %	39 %	39 %	27 %
4 – 7	38 %	35 %	43 %	33 %	49 %	51 %
1 – 3	25 %	21 %	31 %	27 %	12 %	21 %
Je ne sais pas	1 %	1 %	1 %	1 %	-	1 %
Moyenne	6,0	6,3	5,4	5,9	6,4	6,0

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 différences observées entre les sous-groupes en ce qui concerne les cotes de fardeau moyennes :

- Les hommes étaient plus susceptibles d'attribuer une cote de fardeau moyenne plus élevée que les femmes (6,2 par rapport à 5,6).
- Les intermédiaires fiscaux en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d'attribuer une cote de fardeau moyenne plus élevée que ceux en activité depuis plus de 10 ans (6,3 par rapport à 5,4).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles d'attribuer une cote de fardeau moyenne plus élevée que celles comptant moins d'employés (6,4 par rapport à 5,7).
- Les répondants qui ont communiqué avec l'Agence au cours de la dernière année avaient tendance à attribuer une cote de fardeau moyenne plus élevée que ceux qui n'ont pas communiqué avec l'Agence (6,4 par rapport à 5,5).

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, 43 % préfèrent visiter les pages sur l'impôt sur le site Web Canada.ca, tandis que 19 % choisiraient de communiquer avec l'Agence par téléphone. Moins d'intermédiaires fiscaux préféreraient communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne (11 %) ou par courriel (10 %). Les autres réponses fournies comprenaient la communication avec l'Agence par courrier (5 %), par l'intermédiaire des médias sociaux (5 %) et par télécopieur (4 %).

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

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n= 401)

Source privilégiée pour des renseignements de base	Total (n= 401)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 217)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 172)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 257)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 111)
Consulter les pages de l'impôt du site Web Canada.ca	43 %	42 %	45 %	44 %	44 %
Communiquer avec l'Agence par téléphone	19 %	18 %	21 %	19 %	18 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	11 %	11 %	10 %	10 %	14 %
Envoyer un courriel à l'Agence	10 %	10 %	10 %	9 %	11 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	5 %	6 %	5 %	6 %	5 %
Envoyer une lettre à l'Agence	5 %	8 %	1 %	5 %	3 %

Envoyer une télécopie à l'Agence	4 %	4 %	5 %	5 %	3 %
Je ne sais pas	2 %	2 %	3 %	2 %	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 différences observées entre les sous-groupes en ce qui concerne ces préférences :

- Les intermédiaires fiscaux qui exercent leurs activités en Colombie-Britannique étaient plus susceptibles de préférer communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des pages sur l'impôt du site Web Canada.ca que ceux qui exercent leurs activités au Québec (57 % par rapport à 38 %).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles de préférer communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux que celles en activité depuis plus de 10 ans (8 % par rapport à 1 %).

On a ensuite demandé aux intermédiaires fiscaux de décrire comment ils préfèrent obtenir des services ou des renseignements lorsqu'ils ont besoin de précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence. Cette fois-ci, la communication par téléphone a été l'option privilégiée (44 %), suivie de l'envoi d'un courriel (16 %), de l'utilisation d'une fonction de clavardage en ligne (12 %) et de la consultation des pages sur l'impôt du site Web Canada.ca (11 %). Moins d'intermédiaires fiscaux préféreraient communiquer avec l'Agence par courrier (8 %), par l'intermédiaire des médias sociaux (5 %) ou par télécopieur (2 %).

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= 401)

Source privilégiée pour obtenir des précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence	Total (n= 401)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 217)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 172)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 257)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 111)
Communiquer avec l'Agence par téléphone	44 %	41 %	49 %	43 %	48 %
Envoyer un courriel à l'Agence	16 %	12 %	19 %	16 %	15 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	12 %	17 %	6 %	11 %	14 %
Consulter les pages de l'impôt du site Web Canada.ca	11 %	12 %	12 %	13 %	9 %
Envoyer une lettre à l'Agence	8 %	9 %	7 %	9 %	6 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	5 %	7 %	3 %	4 %	5 %
Envoyer une télécopie à l'Agence	2 %	1 %	2 %	2 %	-
Je ne sais pas	2 %	1 %	3 %	2 %	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 intermédiaires fiscaux en activité depuis 10 ans ou moins préféreraient communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne par rapport à ceux en activité depuis plus de 10 ans (17 % par rapport à 6 %).
- Les intermédiaires fiscaux qui n'étaient pas inscrits au service Représenter un client étaient plus susceptibles de préférer communiquer avec l'Agence par téléphone que ceux qui l'étaient (54 % par rapport à 39 %).

- Les intermédiaires fiscaux qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) étaient plus susceptibles de préférer consulter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca que ceux qui ont évalué le rendement comme étant faible (cotes de 1 à 3) [16 % par rapport à 6 %].
- Inversement, les intermédiaires fiscaux qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant faible avaient plus tendance à préférer communiquer avec l'Agence par téléphone que ceux qui ont évalué le rendement comme étant bon (51 % par rapport à 37 %).

On a ensuite demandé aux intermédiaires fiscaux de décrire comment ils souhaiteraient recevoir le service ou les renseignements lorsqu'ils ont besoin d'aide concernant une situation fiscale personnelle. Près de la moitié des intermédiaires fiscaux sur cinq (49 %) ont précisé qu'ils préféreraient communiquer avec l'Agence par téléphone. Plus de 1 intermédiaire fiscal sur 10 communiquerait avec l'Agence par courriel (15 %), tandis que moins d'intermédiaires fiscaux utiliseraient une fonction de clavardage en ligne (9 %) ou consulteraient les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca (8 %). Les autres réponses fournies comprenaient la communication par courrier (6 %), par l'intermédiaire des médias sociaux (5 %) et par télécopieur (3 %).

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= 401)

Source privilégiée pour obtenir de l'aide concernant une situation fiscale personnelle	Total (n= 401)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 217)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 172)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 257)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 111)
Communiquer avec l'Agence par téléphone	49 %	46 %	53 %	49 %	51 %
Envoyer un courriel à l'Agence	15 %	16 %	15 %	14 %	17 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	9 %	11 %	8 %	9 %	5 %
Consulter les pages de l'impôt du site Web Canada.ca	8 %	7 %	10 %	14 %	10 %
Envoyer une lettre à l'Agence	6 %	8 %	5 %	7 %	5 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	5 %	7 %	3 %	7 %	3 %
Envoyer une télécopie à l'Agence	3 %	3 %	2 %	2 %	4 %
Je ne sais pas	3 %	2 %	5 %	2 %	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 :

- Les intermédiaires fiscaux qui exercent leurs activités au Québec (15 %) ont démontré une plus grande préférence à l'égard de la communication par l'intermédiaire des médias sociaux que ceux qui exercent leurs activités en Colombie-Britannique (0 %).
- Les intermédiaires fiscaux qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant faible (cotes de 1 à 3) avaient plus tendance à préférer communiquer avec l'Agence par courriel que ceux qui ont évalué le rendement comme étant bon (cotes de 8 à 10) [21 % par rapport à 10 %].

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 du tiers des intermédiaires fiscaux ont exprimé un niveau de confiance élevé (cotes de 8 à 10) [35 %], tandis que 43 % des intermédiaires fiscaux ont exprimé un niveau de confiance modéré (cotes de 4 à 7). Près de 1 répondant sur 5 (17 %) s'est dit peu confiant (cotes de 1 à 3) que le désaccord soit réglé. Ce résultat représente une cote de confiance moyenne de 6,2.

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= 401)

Cote de confiance	Total (n= 401)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 217)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 172)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 257)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 111)
8 – 10	35 %	37 %	35 %	39 %	31 %
4 – 7	46 %	47 %	43 %	42 %	52 %
1 – 3	17 %	15 %	19 %	18 %	14 %
Je ne sais pas	2 %	1 %	3 %	2 %	3 %
Moyenne	6,2	6,1	6,1	6,2	6,1

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.

Les intermédiaires fiscaux qui exercent leurs activités au Québec (6,6) ou en Ontario (6,3) étaient plus susceptibles d'attribuer une cote de confiance moyenne plus élevée que ceux qui exercent leurs activités en Colombie-Britannique (5,4).

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. Plus d'un tiers des intermédiaires (37 %) ont indiqué un niveau élevé de confiance (cotes de 8 à 10), tandis qu'environ la moitié (47 %) ont indiqué un niveau modéré de confiance (cotes de 4 à 7). Moins de répondant (14 %) 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 6,4, 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= 401)

Cote de confiance	Total (n= 401)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 217)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 172)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 257)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 111)
8 – 10	37 %	37 %	38 %	39 %	32 %
4 – 7	47 %	48 %	44 %	46 %	49 %
1 – 3	14 %	13 %	16 %	15 %	15 %
Je ne sais pas	2 %	1 %	2 %	1 %	5 %
Moyenne	6,4	6,5	6,4	6,4	6,2

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?

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 :

- Les intermédiaires fiscaux qui exercent leurs activités au Québec (6,8) ou en Ontario (6,5) étaient plus susceptibles d'attribuer une cote de confiance moyenne plus élevée que ceux qui exercent leurs activités en Colombie-Britannique (5,6).
- La confiance moyenne à l'égard de la résolution équitable était plus élevée chez les répondants qui étaient inscrits au service Représenter un client (6,6 par rapport à 6,0 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 (68 %) 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. Près de la moitié des intermédiaires fiscaux ont convenu qu'ils savent comment accéder aux prestations et aux crédits fiscaux auxquels leurs clients ont droit (49 %), tandis que 42 % estiment être bien informés au sujet des services que l'Agence a à offrir. Un autre 40 % des intermédiaires fiscaux étaient d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence offre des services en ligne qui répondent à leurs besoins.

Tableau 83. Perceptions du service

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n= 401)

Énoncés sur la prestation de services	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/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.	68 %	25 %	5 %	2 %	8,0
Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mes clients ont droit.	49 %	41 %	8 %	3 %	7,1
Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence.	42 %	45 %	12 %	1 %	6,7
L'Agence offre des services en ligne qui répondent à vos besoins.	40 %	45 %	13 %	3 %	6,6

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

- Les intermédiaires fiscaux qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel ils savent comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels leurs clients ont droit que ceux qui n'ont pas communiqué avec l'Agence (7,3 par rapport à 6,5).
- Les intermédiaires fiscaux qui étaient inscrits au service Représenter un client étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes que ceux qui ne l'étaient pas :
 - Vous savez comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt (7,4 par rapport à 6,5).
 - Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence (6,9 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 (53 %) ont déclaré avoir un compte, tandis que plus d'un tiers (36 %) n'en avait pas. Plus d'un intermédiaire fiscal sur dix (11 %) 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= 401)

Inscription au service Représenter un client	Total (n= 401)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 217)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 172)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 257)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 111)
Oui	53 %	56 %	51 %	67 %	25 %
Non	36 %	32 %	41 %	25 %	62 %
Je ne sais pas/Refus	11 %	12 %	9 %	7 %	13 %

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

Les intermédiaires fiscaux qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois étaient plus susceptibles d'être inscrits au service Représenter un client que ceux qui n'ont pas communiqué avec l'Agence (67 % par rapport à 25 %).

On a demandé aux inscrits au service Représenter un client dont la plus récente communication avec l'Agence avait eu lieu par téléphone d'indiquer pourquoi ils n'avaient pas utilisé le portail fiscal en ligne. Près du tiers des répondants (30 %) ont indiqué la « commodité » comme raison pour laquelle ils avaient utilisé ce moyen de communication. Plus de 1 répondant sur 5 a mentionné l'accès à des renseignements (23 %), et 18 % des répondants ont précisément mentionné le besoin de précisions sur des renseignements reçus de l'Agence. Un autre 20 % ont mentionné des préoccupations concernant la sécurité ou la protection des renseignements personnels relativement à l'utilisation du portail en ligne (22 %).

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= 82)

Raisons de l'appel	Total (n= 82)
Commodité (réseau)	30 %
Je préfère parler à un humain qu'utiliser un service en ligne ou une fonction de clavardage	11 %
Je veux une transaction plus rapide	11 %
Cela était plus pratique, plus facile ou plus simple	9 %
Renseignements (réseau)	23 %
Impôts/renseignements fiscaux	2 %
Je n'ai pas pu obtenir les bons renseignements au moyen du service Représenter un client	1 %
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	18 %
Sécurité ou protection des renseignements personnels (réseau)	22 %
La demande de renseignements était délicate et nécessitait une attention personnelle (impôts, entreprise, prestations, etc.)	17 %
La question concernait des factures, un paiement ou des affaires financières	4 %
Cela est plus fiable ou sécuritaire	1 %
Divers (réseau)	10 %
J'avais besoin d'une aide immédiate ou un problème devait être réglé immédiatement	10 %
Accès (réseau)	4 %
J'ai eu de la difficulté à accéder au site ou mon compte a été verrouillé	4 %
Autre	9 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	2 %

E-7. Vous avez indiqué plus tôt que votre dernière communication avait eu lieu par téléphone. Quelle est la principale raison pour laquelle vous avez décidé d'appeler au lieu d'utiliser [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

Près de 9 intermédiaires fiscaux sur 10 (86 %) ont indiqué qu'ils avaient consulté le site Web Canada.ca pour obtenir des renseignements fiscaux.

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= 401)

Déjà consulté le site Web Canada.ca	Total (n= 401)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 217)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 172)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 257)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 115)
Oui	86 %	86 %	87 %	93 %	74 %
Non	12 %	13 %	11 %	7 %	23 %
Je ne sais pas/Refus	2 %	2 %	1 %	1 %	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 les plus susceptibles d'avoir consulté les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca comprenaient les suivants :

- les intermédiaires fiscaux qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois (93 %, comparativement à 74 % pour ceux qui n'ont pas communiqué avec l'Agence);
- les répondants qui étaient inscrits au portail fiscal sécurisé Représenter un client (93 %, comparativement à 79 % pour ceux qui ne l'étaient pas).

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 2 répondants sur 5 (43 %) étaient tout à fait en accord (cotes de 8 à 10) avec l'énoncé selon lequel le site Web fournit les renseignements dont ils ont besoin. Un peu moins de répondants étaient d'accord avec l'énoncé selon lequel les renseignements fournis sont faciles à comprendre (40 %) et à trouver (38 %).

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= 345)

Énoncés de perceptions du site Web	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Le site Web vous fournit les renseignements dont vous avez besoin.	43 %	47 %	10 %	-	6,8
Les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre.	40 %	48 %	11 %	1 %	6,6
Il est facile de trouver les renseignements que je cherche.	38 %	46 %	16 %	-	6,4

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 étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel il est facile de trouver des renseignements sur le site Web Canada.ca que ceux qui ne l'étaient pas (6,7 par rapport à 6,1).

Les intermédiaires fiscaux qui exercent leurs activités au Québec étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel le site Web fournit les renseignements dont ils ont besoin que ceux qui exercent leurs activités en Colombie-Britannique (7,2 par rapport à 6,4).

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 ». Plus du tiers des répondants étaient tout à fait en accord (cotes de 8 à 10) avec les énoncés selon lesquels ils ont passé moins de temps à chercher les renseignements dont ils avaient besoin pour respecter les obligations fiscales de leur entreprise au cours de la dernière année (35 %), l'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent aux impératifs liés aux affaires (35 %) et l'Agence tient compte des besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services (34 %).

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= 401)

Énoncés sur le processus de production des déclarations de revenus	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Au cours de la dernière année, j'ai passé moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin pour respecter les obligations de mes clients d'entreprise auprès de l'Agence	35 %	48 %	12 %	5 %	6,4
L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent aux impératifs liés aux affaires	35 %	46 %	13 %	6 %	6,3
L'Agence tient compte des besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services	34 %	47 %	13 %	5 %	6,4

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.

Voici des différences pertinentes observées entre les sous-groupes en ce qui concerne les mesures de production des déclarations de revenus des entreprises :

- Les répondants qui ont communiqué avec l'Agence par téléphone au cours de la dernière année étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel ils ont passé moins de temps à chercher les renseignements dont ils avaient besoin pour respecter les obligations fiscales de leurs clients d'entreprise que ceux qui ont communiqué avec l'Agence par l'intermédiaire du site Web Canada.ca (6,5 par rapport à 5,5).
- Les intermédiaires fiscaux qui étaient inscrits au service Représenter un client étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes que ceux qui ne l'étaient pas :
 - Au cours de la dernière année, j'ai passé moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin pour respecter les obligations fiscales de mes clients d'entreprise (6,6 par rapport à 5,8)
 - L'Agence tient compte des besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services (6,6 par rapport à 6,1)
 - L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent aux impératifs liés aux affaires (6,5 par rapport à 5,9)
- Les entreprises exploitées au Québec étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes que celles exploitées en Colombie-Britannique :
 - L'Agence prend en considération les besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services (7,0 par rapport à 5,3).
 - L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent bien aux impératifs liés aux affaires (6,8 par rapport à 5,8);

- Au cours de la dernière année, j'ai passé moins de temps à chercher les renseignements dont j'avais besoin pour respecter les obligations fiscales de mes clients d'entreprise (6,6 par rapport à 5,8)
- On a demandé aux intermédiaires fiscaux d'évaluer la mesure dans laquelle le respect des obligations fiscales de leurs clients 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 ». Près du quart des intermédiaires fiscaux estimaient qu'il s'agissait d'un énorme fardeau (cotes de 8 à 10) [23 %], tandis que plus de la moitié des intermédiaires fiscaux estimaient qu'il s'agissait d'un fardeau modéré (cotes de 4 à 7) [52 %]. Moins d'intermédiaires fiscaux (22 %) ont attribué la cote 1 à 3 à la mesure dans laquelle le respect des obligations fiscales de leurs clients d'entreprise représentait un fardeau. Ce résultat représente une cote de confiance moyenne de 5,6.

Tableau 89. Fardeau perçu du respect des obligations des clients de l'entreprise en matière de production de déclarations

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n= 401)

Cote de fardeau	Total (n= 401)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 217)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 172)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 257)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 111)
8 – 10	23 %	24 %	22 %	23 %	21 %
4 – 7	52 %	52 %	54 %	52 %	53 %
1 – 3	22 %	22 %	23 %	24 %	20 %
Je ne sais pas	3 %	1 %	1 %	1 %	6 %
Moyenne	5,6	5,7	5,4	5,6	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 s'ils estimaient que le montant d'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 39 % qui estimaient avoir payé beaucoup trop cher et 25 % qui estimaient avoir payé un peu trop cher, tandis que près d'un tiers (30 %) estimaient avoir payé à peu près le bon montant. Peu d'entre eux (4 %) 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= 1 201)

Impôt et services reçus	Total (n= 1 201)	Atlantique (n= 130)	Qc (n= 276)	ON/ Nt (n= 399)	MB/ SK (n= 126)	AB/ TNO (n= 114)	CB/ Yn (n= 156)	De 18 à 24 ans (n= 33)	De 25 à 34 ans (n= 157)	35-49 (n= 219)	50-64 (n= 284)	65+ (n= 502)
Beaucoup trop	39 %	44 %	37 %	40 %	41 %	36 %	39 %	33 %	45 %	42 %	41 %	31 %
Un peu trop	25 %	22 %	25 %	24 %	27 %	29 %	23 %	39 %	31 %	25 %	21 %	18 %
Juste assez	30 %	30 %	32 %	30 %	26 %	27 %	34 %	21 %	20 %	29 %	32 %	42 %
Trop peu	4 %	3 %	3 %	4 %	5 %	6 %	2 %	-	4 %	4 %	2 %	6 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	2 %	1 %	2 %	2 %	1 %	3 %	3 %	7 %	-	-	3 %	3 %

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 hommes étaient plus susceptibles d'estimer qu'ils payaient beaucoup trop d'impôt que les femmes (44 % par rapport à 35 %).
- Les répondants âgés de 65 ans ou plus étaient les plus susceptibles d'estimer qu'ils payaient juste assez d'impôt (42 %). Inversement, les répondants âgés 25-34 (45 %), 35-

49 (42 %) et 50-64 (41 %) étaient plus susceptibles d'estimer qu'ils payaient beaucoup trop d'impôt que ceux de la tranche d'âge la plus élevée (31 %).

- Les répondants qui ont un diplôme d'études secondaires (39 %) étaient plus susceptibles d'estimer qu'ils payaient beaucoup trop d'impôt que ceux qui ont un diplôme d'études universitaires (35 %), tandis que ceux qui ont un diplôme d'études universitaires étaient plus susceptibles d'estimer qu'ils payaient juste assez d'impôt que ceux qui ont un niveau de scolarité différent (36 % par rapport à 26 %).
- Les répondants qui travaillent à temps plein étaient plus susceptibles d'estimer qu'ils payaient beaucoup trop d'impôt que les répondants retraités (45 % par rapport à 32 %).
- Les Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant faible (cotes de 1 à 3) [51 %] étaient plus susceptibles d'estimer qu'ils payaient beaucoup trop d'impôt que ceux qui ont évalué le rendement comme étant neutre (cotes de 4 à 7) [36 %] ou bon (cotes de 8 à 10) [33 %].
- Les répondants dont l'indice de satisfaction à l'égard du service était faible (cotes de 1 à 3) [55 %] ou neutre (cotes de 4 à 7) [46 %] étaient plus susceptibles d'estimer qu'ils payaient beaucoup trop d'impôt que ceux dont l'indice de satisfaction à l'égard du service était élevé (cotes moyennes de 8 à 10) [32 %].
- Les répondants dont l'indice de confiance était faible (cotes de 1 à 3) [75 %] ou neutre (cotes de 4 à 7) [39 %] étaient plus susceptibles d'estimer qu'ils payaient beaucoup trop d'impôt que ceux dont l'indice de confiance était élevé (cotes moyennes de 8 à 10) [24 %].

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 « très peu probable », et 10, « très probable ». Près du quart des répondants ont attribué une cote de probabilité élevée (cotes de 8 à 10) [24 %], tandis que plus de la moitié des répondants ont attribué une cote modérée (cotes de 4 à 7) [52 %]. Moins de répondants (17 %) ont attribué une cote de probabilité faible (cotes de 1 à 3) à l'égard de la probabilité que les fraudeurs fiscaux se fassent prendre au Canada. La cote de probabilité moyenne parmi les Canadiens était de 5,8.

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= 1 201)

Probabilité que les fraudeurs fiscaux se font prendre	Total (n= 1 201)	Atlantique (n= 130)	Qc (n= 276)	ON/ Nt	MB/ SK	AB/ TNO	CB/ Yn	De 18 à 24 ans	De 25 à 34 ans	35-49	50-64	65+
				(n= 399)	(n= 126)	(n= 114)	(n= 156)	(n= 33)	(n= 157)	(n= 219)	(n= 284)	(n= 502)
8 – 10	24 %	33 %	29 %	24 %	26 %	14 %	19 %	37 %	30 %	18 %	26 %	19 %
4 – 7	52 %	46 %	54 %	52 %	53 %	52 %	51 %	51 %	52 %	50 %	52 %	54 %
1 – 3	17 %	15 %	11 %	17 %	15 %	27 %	19 %	9 %	15 %	23 %	15 %	15 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	7 %	5 %	7 %	7 %	6 %	8 %	10 %	4 %	3 %	9 %	7 %	11 %
Moyenne	5,8	6,2	6,3	5,7	5,8	5,1	5,5	6,3	6,1	5,3	5,9	5,6

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 Canadiens et les Canadiennes qui trichent dans leurs déclarations de revenus sont-ils susceptibles de se faire prendre?

Les répondants les plus susceptibles de croire que les fraudeurs fiscaux se feront prendre comprenaient les suivants :

- les Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [6,3, comparativement à 5,7 pour ceux qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant neutre et à 5,2 pour ceux qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant faible];
- les répondants qui vivent au Québec (6,3) ou au Canada atlantique (6,2, comparativement à 5,5 pour ceux qui vivent en Colombie-Britannique et à 5,1 pour ceux qui vivent en Alberta);
- les femmes (6,0, comparativement à 5,6 pour les hommes);
- les répondants âgés 25-34 (6,1) ou 50-64 (5,9, comparativement à 5,6 pour les Canadiens âgés de 65 ans ou plus);

- les répondants qui gagnent moins de 40 000 \$ (6,1), de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (5,8) ou de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (5,7, comparativement à 5,2 pour ceux qui gagnent 150 000 \$ ou plus);
- les répondants qui ne sont pas nés au Canada (6,1 comparativement à 5,7 pour ceux qui sont nés au Canada);
- les répondants dont l'indice de satisfaction à l'égard du service était élevé (cotes de 8 à 10) [6,3, comparativement à 5,3 pour ceux dont l'indice de satisfaction à l'égard du service était neutre (cotes de 4 à 7) et à 4,9 pour ceux dont l'indice de satisfaction à l'égard du service était faible (cotes de 1 à 3)];
- les Canadiens dont l'indice de confiance était élevé (cotes de 8 à 10) [6,5, comparativement à 5,5 pour ceux dont l'indice de confiance était neutre et à 4,8 pour ceux dont l'indice de confiance était faible].

Pour mieux comprendre les perceptions liées à la probabilité que les fraudeurs fiscaux se fassent prendre, on a demandé aux répondants d'évaluer la mesure dans laquelle ils sont d'accord que l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux. 23 % des répondants sont tout à fait en accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux, ce qui est comparable aux résultats présentés ci-dessus.

Tableau 92. Perception d'attraper les fraudeurs fiscaux

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)

Énoncés de perception d'attraper les fraudeurs fiscaux	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux. (B-3m)	23 %	46 %	20 %	11 %	5,6

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 pertinentes découlant des sous-groupes comprenaient les suivantes :

- Les Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [6,3] étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux que ceux qui ont évalué le rendement comme étant neutre (cotes de 4 à 7) [5,7] ou faible (cotes de 1 à 3) [5,2].
- Plus les répondants sont âgés, plus le scepticisme à l'égard de la capacité de l'Agence à attraper les fraudeurs fiscaux augmente. La probabilité d'accord diminue, passant de 6,8 pour les répondants âgés 18-24 et de 6,0 pour les répondants âgés 25-34 à 5,4 pour

les répondants âgés 35-49, à 5,3 pour les répondants âgés 50-64 et à 5,4 pour les répondants âgés de 65 ans ou plus.

- Les répondants qui vivent au Canada atlantique (6,1) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux que ceux qui vivent en Ontario (5,6), au Manitoba ou en Saskatchewan (5,5), en Alberta (5,3) ou en Colombie-Britannique (5,3).
- Plus le revenu du ménage est élevé, plus le scepticisme à l'égard du fait que l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux augmente. La probabilité d'accord diminue graduellement, passant de 6,1 pour ceux qui gagnent moins de 40 000 \$ à 5,0 pour ceux qui gagnent plus de 150 000 \$.
- Les femmes étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux que les hommes (5,8 par rapport à 5,5).
- Les répondants qui sont nés à l'étranger étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux que ceux qui sont nés au Canada (6,3 par rapport à 5,4).
- Il y avait une forte corrélation entre le niveau d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux et l'indice de confiance. Le niveau d'accord passait d'un maximum de 7,1 pour ceux dont l'indice de confiance était élevé (cotes de 8 à 10), à 5,2 pour ceux dont l'indice de confiance était modéré (cotes de 4 à 7) et à 3,3 pour ceux dont l'indice de confiance était faible (cotes de 1 à 3).
- Il y avait également une forte corrélation entre le niveau d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux et l'indice de satisfaction à l'égard du service. Le niveau d'accord passait d'un maximum de 6,3 pour ceux dont l'indice de satisfaction à l'égard du service était élevé (cotes de 8 à 10), à 5,3 pour ceux dont l'indice de satisfaction à l'égard du service était modéré (cotes de 4 à 7) et à 4,9 pour ceux dont l'indice de satisfaction à l'égard du service était faible (cotes de 1 à 3).

Perceptions de la fraude fiscale

On a demandé aux Canadiens d'indiquer leur niveau d'accord avec une série d'énoncés sur la fraude fiscale. 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 des deux tiers (67 %) des répondants étaient tout à fait en accord (cotes de 8 à 10) avec l'énoncé selon lequel la fraude fiscale réduit l'argent disponible pour les services essentiels.

De plus, environ le tiers des répondants (36 %) étaient tout à fait en accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales, tandis que 27 % des répondants étaient plutôt d'accord (cotes de 4 à 7) – et 34 % des répondants étaient tout à fait en accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré, tandis que 39 % des répondants étaient plutôt d'accord. Presque autant de Canadiens étaient tout à fait en accord avec l'énoncé selon lequel les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (33 %).

Les énoncés qui, d'une façon ou d'une autre, toléraient la fraude fiscale ont obtenu des niveaux d'accord beaucoup plus faibles. Premièrement, 22 % 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 près de deux fois plus d'entre eux étaient fortement en désaccord (42 %). De même, 16 % 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 (56 %).

Le niveau d'accord avait tendance à être modéré pour toutes les mesures (cotes de 4 à 7), à l'exception de l'énoncé selon lequel il est acceptable pour un particulier de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant, qui a obtenu un niveau de désaccord élevé (3,7).

Tableau 93. Perceptions de la fraude fiscale

Base : (Population générale) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 1 201)

Énoncés sur la fraude fiscale	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Lorsqu'il est question de fraude fiscale, les fonds disponibles pour les services essentiels, notamment les soins de santé et l'éducation, sont réduits.	67 %	20 %	9 %	4 %	7,9
L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales.	36 %	27 %	33 %	3 %	5,2
L'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus.	34 %	39 %	20 %	7 %	6,1
Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future.	33 %	39 %	20 %	8 %	6,0
Il est acceptable pour les particuliers de payer des produits et services en argent comptant pour éviter de payer la TPS/TVH.	22 %	32 %	42 %	5 %	4,5
Il est acceptable, pour un particulier, de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant.	16 %	26 %	56 %	2 %	3,7

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 répondants qui vivent au Québec (7,0) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus que ceux qui vivent en Alberta (6,0), en Ontario (5,9), au Canada atlantique (5,9), au Manitoba ou en Saskatchewan (5,6) ou en Colombie-Britannique (5,6). D'autres résultats régionaux ont révélé que les répondants qui vivent au Canada atlantique (6,8) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future que ceux qui vivent au Québec (5,9), en Colombie-Britannique (5,8), en Alberta (5,7) ou au Manitoba ou en Saskatchewan (5,3). Les répondants qui vivent au Québec étaient les moins susceptibles d'être d'accord avec les énoncés selon lesquels la fraude fiscale réduit l'argent disponible pour les services essentiels (7,2) et il est acceptable pour les particuliers de payer des produits et des services en argent comptant pour éviter de payer

la TPS/TVH (3,9). Les répondants qui vivent en Alberta (4,6) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel il est acceptable de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant que ceux qui vivent en Ontario (3,7), en Colombie-Britannique (3,6) ou au Québec (3,3).

- Les répondants qui sont nés à l'étranger étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future que ceux qui sont nés au Canada (6,9 par rapport à 5,8).
- Les répondants qui ont un diplôme d'études secondaires (4,6) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel il est acceptable de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant que ceux qui ont un diplôme d'une école de métiers ou d'études collégiales (3,6) ou un diplôme d'études universitaires (3,3). En outre, les répondants qui ont un diplôme d'études universitaires étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel la fraude fiscale réduit l'argent disponible pour les services essentiels que ceux qui ont un diplôme d'études secondaires (8,1 par rapport à 7,5). Les répondants qui ont un diplôme d'études secondaires (6,4) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future que ceux qui ont un diplôme d'études universitaires (5,8). Les répondants qui ont un diplôme d'études secondaires (5,2) ou un diplôme d'une école de métiers ou d'études collégiales (4,7) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel il est acceptable pour les particuliers de payer des produits et des services en argent comptant pour éviter de payer la TPS/TVH que ceux qui ont un diplôme d'études universitaires (4,1).
- Les répondants âgés de 65 ans ou plus (8,4) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel la fraude fiscale réduit l'argent disponible pour les services essentiels que ceux âgés de 49 ans ou moins (7,7). Les répondants âgés de 65 ans ou plus étaient aussi les plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus (6,4, comparativement à 5,9 ou à 6,0 pour les autres tranches d'âge). Les répondants âgés 18-24 (5,4) ou de 25 à 39 ans (4,9) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel il est acceptable de payer des produits et des services en argent comptant pour éviter de payer la TPS/TVH que ceux âgés 50-64 (4,1) ou de 65 ans ou plus (4,2). Inversement, les répondants âgés de 65 ans ou plus étaient les plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (6,3).

- Les répondants dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ (4,6) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel il est acceptable de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant que ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (3,8), se situe dans la tranche de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (3,6) ou est de 150 000 \$ ou plus (3,1). De plus, les répondants dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ (6,6) ou se situe dans la tranche de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (6,2) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus que ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (5,6) ou est de 150 000 \$ ou plus (5,5). Les répondants de la tranche de revenus la plus faible étaient également les plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel il est acceptable pour les particuliers de payer des produits et des services en argent comptant pour éviter de payer la TPS/TVH (5,1). Les répondants qui gagnent de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (5,8) ou de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (5,7) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales que ceux qui gagnent 150 000 \$ ou plus (4,9).
- Selon le statut d'emploi, les répondants qui travaillent à temps partiel et les étudiants étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel il est acceptable pour les particuliers de payer des produits et des services en argent comptant pour éviter de payer la TPS/TVH que les répondants retraités (5,4, respectivement, par rapport à 4,2). Les répondants retraités étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales que ceux qui travaillent à temps plein (5,4), qui travaillent à temps partiel (5,1) ou qui sont des travailleurs indépendants (4,6).
- Il y avait une forte corrélation entre le niveau d'accord avec l'énoncé selon lequel la fraude fiscale réduit l'argent disponible pour les services essentiels et l'indice de confiance. Le niveau d'accord passait d'un maximum de 8,7 pour ceux dont l'indice de confiance était élevé (cotes de 8 à 10), à 7,9 pour ceux dont l'indice de confiance était modéré (cotes de 4 à 7) et à 6,1 pour ceux dont l'indice de confiance était faible (cotes de 1 à 3). Les répondants dont l'indice de confiance était élevé (6,9) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future que ceux dont l'indice de confiance était modéré (5,7) ou faible (4,8). Les répondants dont l'indice de confiance était élevé (6,1) étaient aussi plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence devrait publier une liste des

personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales que ceux dont l'indice de confiance était modéré (5,5) ou faible (5,1).

- Les Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,7] étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel la fraude fiscale réduit l'argent disponible pour les services essentiels que ceux qui ont évalué le rendement comme étant neutre (cotes de 4 à 7) [7,9] ou faible (cotes de 1 à 3) [6,8]. Les Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (6,6) plus étaient également plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future que ceux qui ont évalué le rendement comme étant neutre (6,0) ou faible (5,0).

Il y avait un intérêt particulier à évaluer la façon dont les répondants perçoivent le traitement des personnes riches par l'Agence (sans 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 67 % des répondants étaient 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, tandis que la moitié (50 %) étaient 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 (7,9 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 sur le traitement des personnes riches	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Il est plus facile pour les personnes riches de pratiquer la fraude fiscale que pour les Canadiens de la classe moyenne.	67 %	19 %	9 %	5 %	7,9
L'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés.	50 %	29 %	14 %	6 %	7,1

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 (8,4) étaient plus 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, dans un collège ou à l'université (7,8 respectivement).
- Les répondants qui ont un diplôme d'études secondaires (7,6) ou un diplôme d'une école de métiers ou d'études collégiales (7,3) étaient les plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés (6,8).
- Les répondants dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ (8,2) ou se situe dans la tranche de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (8,3) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés que ceux dont le revenu du ménage se situe dans la tranche de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (7,6) ou est de 150 000 \$ ou plus (7,5).
- Les répondants dont l'indice de confiance était faible (cotes de 1 à 3) [8,3] étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés que ceux dont l'indice de confiance était neutre (cotes de 4 à 7) [7,2] ou élevé (cotes moyennes de 8 à 10) [6,4].
- Les Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant faible (cotes de 1 à 3) [8,1] étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés que ceux qui ont évalué le rendement comme étant neutre (cotes de 4 à 7) [7,1] ou bon (cotes moyennes de 8 à 10) [6,5].
- Les répondants qui étaient tout à fait en accord avec l'énoncé selon lequel l'augmentation du coût de la vie a une incidence négative sur les finances de leur ménage (7,3) étaient aussi plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés que ceux qui étaient plutôt d'accord (6,3) ou tout à fait en désaccord (6,3).

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 ».

Environ 4 répondants sur 5 (80 %) étaient tout à fait en accord (cotes de 8 à 10) avec le fait que la production de fausses déclarations pour des programmes de prestations représentait un grave cas de fraude fiscale. Près des trois quarts des répondants étaient tout à fait en accord avec le fait que la non-inscription d'une entreprise (72 %), l'omission de déclarer des biens ou des revenus à l'étranger (71 %) ou l'obtention d'un crédit pour dons de bienfaisance plus élevé que le montant donné (70 %) représentait un grave cas de fraude fiscale. Le niveau d'accord était légèrement moins élevé pour les comportements d'évitement fiscal suivants : « Omission de déclarer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne » (63 %), « Travail et réception d'une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu » (63 %) et « Sous-estimation du revenu reçu en argent comptant » (61 %).

Moins de répondants (59 %) étaient tout à fait en accord avec le fait que l'omission de déclarer les profits découlant de l'achat ou de la vente de cryptomonnaie représentait un grave cas de fraude fiscale, tandis que 40 % des répondants étaient tout à fait en accord avec le fait que l'obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant représentait un grave cas de fraude fiscale.

Tableau 95. Perceptions de comportements d'évitement fiscal

Base : (Population générale) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 1 201)

Comportements d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations	80 %	12 %	6 %	2 %	8,7
Non-inscription d'une entreprise	72 %	19 %	6 %	4 %	8,4
Omission de déclarer des biens ou des revenus à l'étranger, y compris ceux qui sont mis à l'abri dans des paradis fiscaux	71 %	18 %	6 %	5 %	8,4
Obtention d'un crédit pour dons de bienfaisance plus élevé que le montant donné	70 %	19 %	8 %	4 %	8,2
Omission de déclarer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne	63 %	25 %	8 %	4 %	7,9
Travail et réception d'une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu	63 %	27 %	8 %	2 %	7,8
Sous-estimation du revenu reçu en argent comptant	61 %	30 %	8 %	2 %	7,7

Omission de déclarer les profits découlant de l'achat ou de la vente de cryptomonnaie, c'est-à-dire une monnaie numérique comme le bitcoin	59 %	21 %	11 %	9 %	7,7
Obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant	40 %	38 %	19 %	3 %	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?

Voici d'autres différences observées entre les sous-groupes en ce qui concerne les comportements d'évitement fiscal :

- Les femmes étaient plus susceptibles d'être tout à fait en accord avec le fait que l'omission de déclarer les profits découlant de l'achat ou de la vente de cryptomonnaie représentait un grave cas de fraude fiscale que les hommes (8,0 par rapport à 7,3).
- Les répondants qui vivent au Québec étaient plus susceptibles d'être tout à fait en accord avec le fait que les comportements d'évitement fiscal suivants représentaient de graves cas de fraude fiscale que ceux qui vivent dans toutes les autres régions :
 - Travail et réception d'une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu (8,4, comparativement à 7,7 pour ceux qui vivent au Canada atlantique, à 7,6 pour ceux qui vivent en Ontario, à 7,8 pour ceux qui vivent au Manitoba ou en Saskatchewan, à 7,4 pour ceux qui vivent en Alberta et à 7,8 pour ceux qui vivent en Colombie-Britannique)
 - Obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant (7,4, comparativement à 6,1, à 6,0, à 6,2, à 5,5 et à 6,5, respectivement)
- Plus les répondants sont âgés, plus les comportements d'évitement fiscal suivants sont susceptibles d'être considérés comme de graves cas de fraude fiscale :
 - Omission de déclarer les profits découlant de l'achat ou de la vente de cryptomonnaie (8,5 pour les répondants âgés de 65 ans ou plus par rapport à 6,0 pour les répondants âgés 18-24)
 - Omission de déclarer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne (8,3 par rapport à 6,8, respectivement)
 - Obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant (7,2 par rapport à 5,7)

- Les répondants qui ont un diplôme d'études universitaires étaient plus susceptibles de considérer la production de fausses déclarations pour des programmes de prestations comme un grave cas de fraude fiscale que ceux qui ont un diplôme d'études secondaires (8,5) ou un diplôme d'une école de métiers ou d'études collégiales (8,4).

Les répondants qui ont un diplôme d'études universitaires (8,6) étaient également plus susceptibles de considérer l'omission de déclarer des biens ou des revenus à l'étranger comme un grave cas de fraude fiscale que ceux qui ont un diplôme d'études secondaires ou un niveau de scolarité inférieur (8,0). Ils étaient aussi plus susceptibles de considérer la sous-estimation du revenu reçu en argent comptant comme un grave cas de fraude fiscale que ceux qui ont un diplôme d'études secondaires (7,9 par rapport à 7,3).

- Les Canadiens dont le revenu du ménage est de 150 000 \$ ou plus étaient plus susceptibles d'attribuer une cote de gravité moyenne plus élevée aux comportements suivants que ceux dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$:
 - Production de fausses déclarations pour des programmes de prestations (9,1 par rapport à 8,4)
 - Omission de déclarer des biens ou des revenus à l'étranger, y compris ceux qui sont mis à l'abri dans des paradis fiscaux (8,7 par rapport à 8,1)
 - Omission de déclarer les profits découlant de l'achat ou de la vente de cryptomonnaie (8,2 par rapport à 7,4)
- Les répondants dont l'indice de confiance était faible (cotes de 1 à 3) ont systématiquement attribué à tous les comportements une cote de gravité moins élevée que ceux dont l'indice de confiance était élevé (cotes de 8 à 10).

Petites et moyennes entreprises (PME)

Équité

On a demandé aux entreprises de préciser si elles estimaient que le montant d'impôt qu'elles payaient était représentatif des services qu'elles recevaient des gouvernements. La plupart des entreprises estimaient qu'elles payaient trop d'impôt (62 %). Près du quart des entreprises estimaient qu'elles payaient beaucoup trop d'impôt (24 %) et 38 % des entreprises estimaient qu'elles payaient un peu trop d'impôt. Le quart des entreprises (25 %) estimaient qu'elles payaient juste assez d'impôt et 7 % estimaient qu'elles payaient trop peu d'impôt.

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= 381)

Impôt et services reçus	Total (n= 381)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 212)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 164)	Entreprise à propriétaire unique (n= 228)	Société de personnes (n= 39)	Entreprise constituée en société (n= 74)
Beaucoup trop	24 %	24 %	23 %	28 %	23 %	20 %
Un peu trop	38 %	44 %	31 %	32 %	33 %	50 %
Juste assez	25 %	24 %	27 %	24 %	36 %	24 %
Trop peu	7 %	5 %	11 %	9 %	5 %	3 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	6 %	4 %	7 %	7 %	3 %	3 %

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

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

- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d'estimer que les entreprises paient un peu trop d'impôt que celles en activité depuis plus longtemps (44 % par rapport à 31 %), tandis que les entreprises en activité depuis plus de 10 ans étaient plus susceptibles d'estimer que les entreprises paient trop peu d'impôt que celles en activité depuis 10 ans ou moins (11 % par rapport à 5 %).
- Les entreprises constituées en société étaient plus susceptibles d'estimer que les entreprises paient un peu trop d'impôt que les propriétaires uniques (50 % par rapport à 32 %).
- Les entreprises dont l'indice de confiance était faible (cotes de 1 à 3) [55 %] étaient plus susceptibles d'estimer qu'elles payaient beaucoup trop d'impôt que celles dont l'indice de confiance était modéré (cotes de 4 à 7) [21 %] ou élevé (cotes de 8 à 10) [17 %].
- Les entreprises qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant faible (cotes de 1 à 3) [61 %] étaient plus susceptibles d'estimer qu'elles payaient beaucoup trop d'impôt que celles qui ont évalué le rendement comme étant neutre (cotes de 4 à 7) [19 %] ou bon (cotes de 8 à 10) [17 %].
- Les entreprises qui trouvaient que l'Agence faisait trop d'efforts pour réduire la fraude fiscale (52 %) étaient plus susceptibles d'estimer qu'elles payaient beaucoup trop d'impôt

que celles qui trouvaient que l'Agence faisait juste assez d'efforts (13 %) ou ne faisait pas assez d'efforts (31 %).

Attraper les fraudeurs fiscaux

On a demandé aux PME d'évaluer la mesure dans laquelle la fraude fiscale par les entreprises était courante au Canada. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout courante », et 10, « très courante ». Plus de 2 PME sur 5 (41 %) estimaient que la fraude fiscale par les entreprises était courante (cotes de 8 à 10), tandis que 38 % des PME estimaient qu'elle était modérément courante (cotes de 4 à 7). Environ 1 répondant sur 10 (9 %) considérait que la fraude fiscale par les entreprises n'était pas courante au Canada (cotes de 1 à 3). Ce résultat représente une cote de fraude fiscale par les entreprises moyenne de 6,9.

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

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 381)

Mesure dans laquelle la fraude fiscale est courante	Total (n= 381)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 212)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 164)	Entreprise à propriétaire unique (n= 228)	Société de personnes (n= 39)	Entreprise constituée en société (n= 74)
8 – 10	41 %	51 %	29 %	40 %	46 %	28 %
4 – 7	38 %	32 %	46 %	42 %	41 %	34 %
1 – 3	9 %	9 %	9 %	7 %	10 %	23 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	11 %	8 %	16 %	11 %	3 %	15 %
Moyenne	6,9	7,2	6,5	7,0	7,0	5,8

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 comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles d'estimer que la fraude fiscale par les entreprises était courante que celles comptant moins d'employés (7,5 par rapport à 6,5).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d'estimer que la fraude fiscale par les entreprises était courante que celles en activité depuis plus de 10 ans (7,2 par rapport à 6,5).

- Les sociétés de personnes (7,0) ou les propriétaires uniques (7,0) étaient plus susceptibles d'estimer que la fraude fiscale par les entreprises était courante que les entreprises constituées en société (5,8).
- Les PME dont l'indice de confiance était élevé (cotes de 8 à 10) [7,3] étaient plus susceptibles d'estimer que la fraude fiscale par les entreprises était courante que celles dont l'indice de confiance était neutre (cotes de 4 à 7) [6,7] ou faible (cotes de 1 à 3) [6,1].
- Les entreprises qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [7,6] étaient plus susceptibles d'estimer que la fraude fiscale par les entreprises était courante que celles qui ont évalué le rendement comme étant neutre (cotes de 4 à 7) [6,5] ou faible (cotes de 1 à 3) [6,1].
- Les entreprises qui trouvaient que l'Agence ne faisait pas assez d'efforts pour réduire la fraude fiscale par les entreprises (7,8) étaient plus susceptibles d'estimer que la fraude fiscale par les entreprises était courante que celles qui trouvaient que l'Agence faisait juste assez d'efforts (6,9) ou trop d'efforts (6,0).

La plupart des PME (42 %) estimaient que l'Agence faisait juste assez d'efforts pour réduire la fraude fiscale par les entreprises. Moins de PME estimaient que l'Agence ne faisait pas assez d'efforts (27 %) ou faisait trop d'efforts (8 %) pour réduire la fraude fiscale par les entreprises. Les 23 % restants des entreprises n'étaient pas certaines 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= 381)

Efforts déployés pour réduire la fraude fiscale	Total (n= 381)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 212)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 164)	Entreprise à propriétaire unique (n= 228)	Société de personnes (n= 39)	Entreprise constituée en société (n= 74)
Pas assez d'efforts	27 %	26 %	29 %	29 %	26 %	23 %
Juste assez d'efforts	42 %	51 %	31 %	41 %	41 %	39 %
Trop d'efforts	8 %	8 %	8 %	7 %	10 %	11 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	23 %	14 %	32 %	23 %	23 %	27 %

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 en Alberta étaient plus susceptibles d'estimer que l'Agence faisait trop d'efforts pour réduire la fraude fiscale par les entreprises que celles exploitées au Québec (16 % par rapport à 4 %).
- Les répondants âgés de 65 ans ou plus (43 %) étaient plus susceptibles de décrire les efforts de l'Agence comme étant insuffisants par rapport aux répondants âgés 25-34 (24 %), aux répondants âgés 35-49 (24 %) et aux répondants âgés 50-64 (25 %).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles d'estimer que l'Agence faisait juste assez d'efforts que celles comptant moins d'employés (49 % par rapport à 37 %).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d'estimer que l'Agence faisait juste assez d'efforts que celles en activité depuis plus de 10 ans (51 % par rapport à 31 %).
- Les entreprises dont l'indice de confiance était élevé (cotes de 8 à 10) étaient trois fois plus susceptibles d'estimer que l'Agence faisait juste assez d'efforts que celles dont l'indice de confiance était faible (cotes de 1 à 3) [58 % par rapport à 17 %].
- Les entreprises qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [62 %] étaient plus susceptibles d'estimer que l'Agence faisait juste assez d'efforts que celles qui ont évalué le rendement comme étant neutre (cotes de 4 à 7) [32 %] ou faible (cotes de 1 à 3) [17 %]. Inversement, les entreprises qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant neutre (29 %) ou faible (30 %) étaient plus susceptibles d'indiquer qu'elle ne savait pas que celles qui ont évalué le rendement comme étant bon (11 %).
- Les entreprises qui étaient tout à fait en accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux (cotes de 8 à 10) [61 %] étaient plus susceptibles d'estimer que l'Agence faisait juste assez d'efforts que celles qui étaient plutôt d'accord (cotes de 4 à 7) [38 %] ou en désaccord (cotes de 1 à 3) [12 %].

On a demandé aux PME canadiennes d'évaluer la probabilité que les entreprises qui trichent dans leurs déclarations de revenus se fassent prendre par l'Agence. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout probable » et 10, « très probable ». Près de la moitié des entreprises ont attribué une cote de probabilité élevée (cotes de 8 à 10) [46 %], tandis que le tiers des entreprises ont attribué une cote modérée (cotes de 4 à 7) [34 %]. Moins d'entreprises (10 %) ont attribué une cote de probabilité faible (cotes de 1 à 3) à l'égard de la

probabilité que les fraudeurs fiscaux se fassent prendre. Ce résultat représente une cote de probabilité moyenne de 6,9 parmi les PME.

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= 381)

Probabilité que les fraudeurs fiscaux se font prendre	Total (n= 381)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 212)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 164)	Entreprise à propriétaire unique (n= 228)	Société de personnes (n= 39)	Entreprise constituée en société (n= 74)
8 – 10	46 %	59 %	30 %	44 %	46 %	42 %
4 – 7	34 %	27 %	43 %	35 %	33 %	43 %
1 – 3	10 %	8 %	13 %	12 %	13 %	5 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	9 %	5 %	13 %	9 %	8 %	9 %
Moyenne	6,9	7,5	6,2	6,8	7,1	6,9

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

Voici des différences pertinentes observées entre les sous-groupes en ce qui concerne la probabilité que l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux :

- Les répondants âgés 25-34 (7,6) ou 35-49 (7,6) étaient plus susceptibles de croire que les fraudeurs fiscaux se feront prendre que ceux âgés 50-64 (6,5) ou de 65 ans ou plus (6,0).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles de croire que les fraudeurs fiscaux se feront prendre que celles comptant moins d'employés (7,6 par rapport à 6,4).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles de croire que les fraudeurs fiscaux se feront prendre que celles en activité depuis plus de 10 ans (7,5 par rapport à 6,2).
- Les entreprises qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois étaient plus susceptibles de croire que les fraudeurs fiscaux se feront prendre que celles qui n'ont pas communiqué avec l'Agence (7,4 par rapport à 6,3).
- Les répondants dont l'indice de confiance était élevé (cotes de 8 à 10) [8,1] étaient plus susceptibles de croire que les fraudeurs fiscaux se feront prendre que ceux dont l'indice de confiance était neutre (cotes de 4 à 7) [6,1] ou faible (cotes de 1 à 3) [5,7].
- 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 les fraudeurs fiscaux se feront prendre que ceux qui ont évalué le rendement comme étant neutre (cotes de 4 à 7) [6,2] ou faible (cotes de 1 à 3) [5,9].
- Les entreprises qui trouvaient que l'Agence ne faisait pas assez d'efforts pour réduire la fraude fiscale par les entreprises (5,3) étaient plus susceptibles d'attribuer une cote de probabilité moyenne faible à l'égard de la probabilité que les fraudeurs fiscaux se fassent prendre que celles qui trouvaient que l'Agence faisait juste assez d'efforts (8,0) ou trop d'efforts (7,8).

On a demandé aux entreprises d'indiquer leur probabilité de signaler qu'une entreprise qu'elles connaissent pratique la fraude fiscale. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout probable » et 10, « très probable ». Devant une situation où ils soupçonnent qu'une entreprise pratique la fraude fiscale, 33 % 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 52 %.

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= 381)

Situation de la sensibilisation à la fraude fiscale	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Certitude que l'entreprise pratique la fraude fiscale	52 %	25 %	15 %	8 %	7,0
Soupçon que l'entreprise pratique la fraude fiscale	33 %	30 %	26 %	11 %	5,7

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 25-34 (5,8) ou 35-49 (6,2) étaient plus susceptibles de signaler les fraudeurs fiscaux soupçonnés que ceux âgés de plus de 65 ans (4,6).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins sont plus susceptibles de signaler les fraudeurs fiscaux soupçonnés que celles qui étaient en activité depuis plus longtemps (6,2 par rapport à 4,9).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles de signaler les fraudeurs fiscaux soupçonnés que les entreprises comptant moins d'employés (6,8 par rapport à 4,8). Elles étaient également plus susceptibles de les signaler si elles étaient certaines (7,6 par rapport à 6,5).
- 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 dont l'indice de confiance était élevé (cotes de 8 à 10) [7,0 si la fraude est soupçonnée et 8,1 si elle est connue] étaient plus susceptibles de signaler les fraudeurs fiscaux que ceux dont l'indice de confiance était neutre (cotes de 4 à 7) [4,9 et 6,7] ou faible (cotes de 1 à 3) [3,8 et 4,9].
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [7,2 si la fraude est soupçonnée et 8,0 si elle est connue] étaient plus susceptibles de signaler les fraudeurs fiscaux que ceux qui ont évalué le rendement comme étant neutre (cotes de 4 à 7) [4,8 et 6,8] ou faible (cotes de 1 à 3) [3,7 et 4,9].
- Les entreprises qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois étaient plus susceptibles de signaler les fraudeurs fiscaux que celles qui n'ont pas communiqué

avec l'Agence (6,1 par rapport à 5,0). Elles étaient également plus susceptibles de signaler les fraudeurs fiscaux si la fraude était connue avec certitude (7,4 par rapport à 6,6).

Pour mieux comprendre les perceptions liées aux fraudeurs fiscaux qui se font prendre, on a demandé aux répondants d'indiquer leur niveau d'accord avec deux énoncés précis. 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 ». Faisant écho aux résultats présentés plus tôt dans le présent rapport concernant la probabilité que des fraudeurs fiscaux se fassent prendre, 43 % des entreprises étaient tout à fait d'accord pour dire que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale. Cela dit, une proportion semblable (36 %) croyait 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= 770)/échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 381)

Énoncés « attraper les fraudeurs fiscaux »	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux. (B-3m)	43 %	31 %	15 %	11 %	6,7
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)	36 %	24 %	20 %	9 %	6,2

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 exploitées en Colombie-Britannique (7,2) ou au Québec (6,9) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux que celles exploitées en Alberta (6,1).
- Les entreprises exploitées au Québec (7,0) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus que celles exploitées en Ontario (6,0) ou en Colombie-Britannique (5,5).

- 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 (7,2 par rapport à 6,3). 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 (5,7).
- 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 (7,2 par rapport à 6,0). La même tendance a été observée parmi les cotes d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus (6,5 par rapport à 5,7).
- Les entreprises constituées en société étaient les moins susceptibles d'être d'accord que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale (6,1) 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 (5,3). L'accord moyen augmente à 6,6 et à 5,7 pour chaque énoncé parmi les entreprises à propriétaire unique.
- 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. Les répondants dont l'indice de confiance était élevé (cotes de 8 à 10) [8,3] étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux que ceux dont l'indice de confiance était neutre (cotes de 4 à 7) [6,1] ou faible (cotes de 1 à 3) [3,7].
- Même si leur indice de confiance était élevé, ces mêmes répondants étaient aussi plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus (7,1) que ceux dont l'indice de confiance était neutre (5,4) ou faible (5,7).
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,1] étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux que ceux qui ont évalué le rendement comme étant neutre (cotes de 4 à 7) [6,0] ou faible (cotes de 1 à 3) [5,0]. Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (7,1) étaient également plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus que ceux qui ont évalué le rendement comme étant neutre (5,6) ou faible (4,9).

- 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 (6,9 par rapport à 6,4).
- Les entreprises qui estimaient que l'Agence faisait juste assez d'efforts pour réduire la fraude fiscale par les entreprises étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux que celles qui estimaient que l'Agence ne faisait pas assez d'efforts (7,8 par rapport à 5,4).

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 ».

Plus de 2 entreprises sur 3 (69 %) étaient tout à fait en accord (cotes de 8 à 10) avec l'énoncé selon lequel les entreprises qui ne paient pas d'impôt sur tous leurs revenus ou qui ne perçoivent pas la TPS/TVH ont un avantage injuste par rapport à celles qui le font. Presque autant d'entreprises (68 %) étaient tout à fait en accord avec l'énoncé selon lequel la fraude fiscale par les entreprises réduit l'argent disponible pour les services essentiels.

Un peu moins d'entre elles (57 %) conviennent qu'il est acceptable que l'Agence utilise des renseignements accessibles au public (comme les médias sociaux) pour repérer les entreprises qui pratiquent la fraude fiscale. Presque la moitié sont fortement en accord pour dire que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale et que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales (46 % respectivement).

Le fort accord a baissé à 26 % 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= 381)

Tax cheating statements	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
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.	69 %	23 %	5 %	3 %	8,1
La fraude fiscale auprès des entreprises réduit les fonds disponibles pour les services essentiels, notamment les soins de santé et l'éducation.	68 %	23 %	5 %	4 %	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.	57 %	26 %	12 %	4 %	7,3
Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future.	46 %	32 %	10 %	12 %	7,0
L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales.	46 %	30 %	17 %	7 %	6,7
Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant.	26 %	18 %	53 %	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 entreprises exerçant leurs activités au Québec étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les énoncés suivants que celles qui exercent leurs activités en Alberta :
 - 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 7,2).
 - Lorsque des entreprises trichent dans leurs déclarations de revenus, cela réduit les fonds disponibles pour les services essentiels (8,4 par rapport à 7,2).

- Il est acceptable que l'Agence utilise des renseignements accessibles au public, comme les médias sociaux, pour aider à repérer les entreprises qui ne paient pas leur juste part d'impôt (7,8 par rapport à 5,9).
- L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (7,7 par rapport à 5,2).
- Celles qui exercent leurs activités au Québec étaient également plus susceptibles d'être d'accord avec les énoncés suivants que celles qui exercent leurs activités en Ontario ou en Colombie-Britannique :
 - L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (7,7 par rapport à 6,6 et 6,4).
 - Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant (5,3 par rapport à 3,9 et 3,6).
- Les répondants âgés de 65 ans ou plus étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les énoncés suivants que ceux âgés 25-34, 35-49 ou 50-64 :
 - 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 (8,8 par rapport à 7,6, 8,1 et 8,0).
 - Lorsque des entreprises trichent dans leurs déclarations de revenus, cela réduit les fonds disponibles pour les services essentiels (8,9 par rapport à 7,6, 8,0 et 8,1).
- Inversement, les personnes âgées 25-34, 35-49 ou 50-64 étaient plus susceptibles d'être d'accord qu'il est acceptable pour les entreprises de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant par rapport à celles âgées de 65 ans ou plus (5,0, 5,6 et 3,2 par rapport à 2,0).
- Les hommes étaient plus susceptibles que les femmes d'être d'accord avec les énoncés suivants :
 - 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 (8,3 par rapport à 7,8).
 - Il est acceptable que l'Agence utilise des renseignements accessibles au public, comme les médias sociaux, pour aider à repérer les entreprises qui ne paient pas leur juste part d'impôt (7,8 par rapport à 6,7).
 - L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (7,2 par rapport à 6,0).

- Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant (4,6 par rapport à 3,5).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles d'être en accord avec les énoncés suivants par rapport à celles comptant de moins d'employés :
 - Il est acceptable que l'Agence utilise des renseignements accessibles au public, comme les médias sociaux, pour aider à repérer les entreprises qui ne paient pas leur juste part d'impôt (7,7 par rapport à 7,1).
 - Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (7,4 par rapport à 6,7).
 - L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (7,5 par rapport à 6,2).
 - Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant (5,4 par rapport à 3,4).
- Celles qui ont une cote de l'indice de confiance faible (cotes de 1 à 3) ou modérée (cotes de 4 à 7) ont systématiquement fourni des cotes d'accord inférieures pour tous les énoncés par rapport à celles qui ont une cote de l'indice de confiance élevée (cotes de 8 à 10).
- De même, les entreprises qui ont attribué une cote de rendement global faible (cotes de 1 à 3) ou 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 celles qui ont indiqué des cotes de rendement globales élevées (cotes de 8 à 10).
- Les entreprises qui estimaient que l'Agence en faisait trop ou juste assez 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 trop peu d'efforts (5,3 et 5,2 par rapport à 3,8).

Les entreprises qui estiment que l'Agence en fait trop peu ou juste assez 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 déployait trop d'efforts :

- Les entreprises qui ne paient pas l'impôt sur tous leurs revenus, ou qui ne perçoivent pas la TPS/TVH, ont un avantage injuste par rapport à celles qui le font (8,5 et 8,3 par rapport à 7,0).
- Lorsque des entreprises trichent dans leurs déclarations de revenus, cela réduit les fonds disponibles pour les services essentiels (8,5 et 8,3 par rapport à 6,2).

- Il est acceptable que l'Agence utilise des renseignements accessibles au public, comme les médias sociaux, pour aider à repérer les entreprises qui ne paient pas leur juste part d'impôt (7,7 et 7,8 par rapport à 6,1).
- L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (7,1 et 7,1 par rapport à 5,5).
- Les entreprises en activités depuis 10 ans ou moins étaient moins susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé qu'il est acceptable pour les entreprises de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant, que celles qui sont en activités depuis plus de 10 ans (5,4 par rapport à 2,7).

Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude

La plupart des PME (84 %) étaient tout à fait d'accord que la production de fausses demandes pour les programmes de prestations fiscales représentait un grave cas de fraude fiscale (cotes de 8 à 10), tandis que 73 % de celles-ci étaient tout à fait d'accord que ne pas déclarer des biens ou des revenus étrangers était tout aussi grave. Environ les deux tiers des répondants ont convenu que les comportements suivants représentaient un grave cas de fraude fiscale : payer des employés en argent comptant pour éviter les impôts sur la paie (69 %), sous-déclarer un revenu en argent comptant (66 %), recevoir un crédit pour dons de bienfaisance qui était plus élevé que le don (66 %), réaliser un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans le déclarer (65 %) ou déclarer des dépenses en trop (65 %).

L'accord était légèrement inférieur pour les comportements d'évitement fiscal suivants : ne pas déclarer de l'argent provenant de la location de chambres ou de maisons sur un site Web de location en ligne (62 %), ou ne pas inscrire son entreprise (59 %), tandis que moins de la moitié (47 %) étaient fortement en accord avec le fait de ne pas demander de remboursement pour des cadeaux reçus par les influenceurs sur les médias sociaux constituaient un grave cas de fraude fiscale.

L'accord moyen pour la plupart des mesures était élevé (cotes de 8 à 10), à l'exception du fait de ne pas inscrire son entreprise (7,9), de ne pas demander de l'argent provenant d'une location de chambre ou de maison sur un site Web de location en ligne (7,8), ou de ne pas demander de dons reçus par les influenceurs sur les médias sociaux (7,0).

Tableau 103. Perceptions de comportements d'évitement fiscal

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 381)

Comportements d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations	84 %	13 %	2 %	2 %	8,9
Omission de déclarer des biens ou des revenus à l'étranger, y compris ceux qui sont mis à l'abri dans des paradis fiscaux	73 %	18 %	3 %	6 %	8,5
Payer des employés en argent comptant pour éviter les impôts sur les salaires	69 %	24 %	4 %	3 %	8,2
Sous-estimation du revenu gagné en argent comptant	66 %	27 %	3 %	4 %	8,1
Obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question	66 %	28 %	3 %	4 %	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	65 %	23 %	3 %	8 %	8,1
Dépenses réclamées en trop	65 %	31 %	2 %	2 %	8,0
Ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne	62 %	27 %	6 %	5 %	7,8
Non-enregistrement d'une entreprise	59 %	26 %	5 %	10 %	7,9
Ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux	47 %	31 %	13 %	9 %	7,0

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 d'être d'accord que le fait de ne pas déclarer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de médias sociaux était un grave cas de fraude fiscale par rapport aux petites entreprises (7,3 par rapport à 6,6).

- Inversement, les entreprises comptant moins d'employés étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les graves cas de fraude fiscale suivants par rapport à celles comptant 5 à 99 employés :
 - Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations (9,1 par rapport à 8,6).
 - Omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration (8,7 par rapport à 8,3).
- Les entreprises en activité depuis plus de 10 ans ont eu plus tendance à être d'accord avec les graves cas de fraude fiscale suivants par rapport à celles en activité depuis 10 ans ou moins :
 - Sous-estimation du revenu reçu en argent comptant (8,4 par rapport à 7,9).
 - Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations (9,2 par rapport à 8,7).
 - Ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie, c'est-à-dire une monnaie numérique comme le bitcoin (8,4 contre 7,9).
- Celles qui ont obtenu des cotes de l'indice de confiance faibles (cotes de 1 à 3) ou modérées (cotes de 4 à 7) ont systématiquement fourni des cotes de gravité plus faibles pour presque tous les comportements d'évitement par rapport à celles qui ont des cotes de l'indice de confiance élevées (cotes de 8 à 10), à l'exception de l'énoncé « Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations ».
- Pour les comportements suivants, les entreprises qui estiment que l'Agence n'en fait pas assez pour réduire la fraude fiscale des entreprises ont attribué des cotes de gravité plus élevées que celles qui sont d'avis que l'Agence a déployé juste assez d'efforts ou trop d'effort :
 - Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations (9,2 par rapport à 8,7 et 8,5).
 - Omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration, y compris ceux de paradis fiscaux (8,9 par rapport à 8,4 et 7,5).
 - Payer les employés en argent comptant pour éviter les impôts sur la paie (8,7 par rapport à 8,2 et 6,9).

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, 29 % des répondants estimaient que cela représentait un grave cas de fraude fiscale (cotes de 8 à 10), tandis que 35 % 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, 17 % ont estimé que l'action était une fraude grave, tandis que 50 % ont fourni des cotes de 5 ou moins.

On a ensuite demandé à ces quelques répondants (n= 26) 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 seize 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= 150)

Comportements d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 1 000 \$ à titre d'impôt (n= 150)	29 %	47 %	17 %	8 %	6,0
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 10 000 \$ à titre d'impôt (n= 52)	17 %	58 %	23 %	2 %	5,3
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 50 000 \$ à titre d'impôt (n= 26)	12 %	50 %	35 %	4 %	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 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 sept répondants sur dix (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. Un peu moins de ceux-ci (61 %) 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= 381)

Situations d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens ne déclarent pas des biens ou des revenus étrangers imposables	72 %	21 %	3 %	3 %	8,4
Recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens travaillent clandestinement pour de l'argent	61 %	28 %	8 %	3 %	7,7

F-10. Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « pas du tout important » et 10 signifie « très important », dans quelle mesure est-il important...?

En ce qui concerne les situations d'évitement fiscal, les constatations découlant des sous-groupes pertinents comprennent les suivantes :

- 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 (8,3) et lorsque les gens omettent de déclarer des biens ou des revenus étrangers imposables (8,6).
- Les répondants âgés de 65+ 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 (8,5) et lorsque les gens omettent de déclarer des biens ou des revenus étrangers imposables (9,0).
- 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 par rapport à celles qui ont moins d'employés (8,2 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 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 ou déploie les efforts nécessaires ont fourni des cotes d'importance plus élevées pour les deux efforts de recouvrement par rapport à ceux qui estiment que l'Agence déploie trop d'efforts :
 - Recouvrer des impôts impayés lorsque les gens ne déclarent pas de revenus ou de biens étrangers imposables (7,8 et 8,1 par rapport à 6,3).

- Recouvrer les impôts impayés lorsque les gens travaillent au noir pour de l'argent comptant (8,6 et 8,6 par rapport à 7,2).

Intermédiaires fiscaux

Impôt et services reçus

On a demandé aux intermédiaires fiscaux de comparer le niveau d'impôt que les entreprises canadiennes ont payé par rapport aux services qu'ils ont reçus des gouvernements. Bien qu'un tiers de ceux-ci croyaient qu'ils paient le bon montant (32 %), une plus grande proportion estimait que le niveau d'impôt payé est trop élevé (51 %). Parmi ce dernier groupe, 20 % estimaient qu'ils en paient beaucoup trop et 31 % estimaient qu'ils en paient un peu trop. Environ un intermédiaire fiscal sur dix (11 %) a indiqué que les entreprises canadiennes ont payé trop peu d'impôt.

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= 409)

Impôt et services reçus	Total (n= 409)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 239)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 166)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 263)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 126)
Beaucoup trop	20 %	20 %	20 %	21 %	20 %
Un peu trop	31 %	33 %	28 %	33 %	28 %
Juste assez	32 %	30 %	35 %	32 %	33 %
Trop peu	11 %	10 %	10 %	11 %	7 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	7 %	7 %	7 %	3 %	12 %

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 (18 %) étaient plus susceptibles de croire que les entreprises paient trop peu par rapport à celles de l'Ontario (8 %), de la Colombie-Britannique (5 %), du Manitoba ou de la Saskatchewan (3 %).

De plus, les intermédiaires fiscaux qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant faible (cotes de 1 à 3) [59 %] 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) [12 %].

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 ». Plus d'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 (45 %) sont d'avis qu'elle est modérément courante (cotes de 4 à 7). Beaucoup moins de répondants (12 %) 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= 409)

Mesure dans laquelle la fraude fiscale est courante	Total (n= 409)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 239)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 166)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 263)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 126)
8 – 10	34 %	32 %	36 %	37 %	33 %
4 – 7	45 %	50 %	40 %	43 %	48 %
1 – 3	12 %	10 %	15 %	13 %	11 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	8 %	8 %	9 %	8 %	9 %
Moyenne	6,5	6,5	6,5	6,6	6,5

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

Les intermédiaires fiscaux exerçant des activités au Québec (7,0) étaient plus susceptibles de décrire la fraude fiscale des entreprises comme étant courante que ceux de la Colombie-Britannique (6,2), de l'Alberta (6,1), du Manitoba ou de la Saskatchewan (5,6).

Plusieurs intermédiaires fiscaux (45 %) croyaient que l'Agence déployait les efforts nécessaires pour réduire la fraude fiscale par les entreprises. En revanche, près du tiers des intermédiaires fiscaux estiment que l'Agence fait trop peu d'efforts (32 %), tandis que moins de ceux-ci (8 %) ont

indiqué que trop d'efforts sont investis. Les 15 % 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= 409)

Efforts déployés pour réduire la fraude fiscale	Total (n= 409)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 239)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 166)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 263)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 126)
Pas assez d'efforts	32 %	28 %	37 %	33 %	30 %
Juste assez d'efforts	45 %	51 %	37 %	44 %	47 %
Trop d'efforts	8 %	9 %	7 %	7 %	10 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	15 %	12 %	20 %	16 %	13 %

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 exerçant des activités depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles de croire que l'Agence a déployé trop peu d'efforts par rapport à ceux qui exercent des activités depuis plus de 10 ans (51 % par rapport à 37 %).
- Les intermédiaires fiscaux exerçant des activités au Québec (45 %) étaient plus susceptibles de croire que l'Agence déployait trop peu d'efforts par rapport à ceux qui exercent des activités en Ontario (31 %), en Alberta (29 %), en Colombie-Britannique (24 %), au Manitoba ou en Saskatchewan (13 %).
- De plus, les intermédiaires fiscaux qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant faible (cotes de 1 à 3) (49 %) sont plus enclins à estimer que l'Agence déployait 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) (25 %).

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 quart des répondants (27 %) estiment que la probabilité est élevée (cotes

de 8 à 10), tandis que 55 % estiment qu'elle est modérée et 13 % considèrent que la probabilité est faible (cotes de 1 à 3). Cela donne lieu à une cote de probabilité moyenne de 6,2.

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= 409)

Probabilité que les fraudeurs fiscaux se font prendre	Total (n= 409)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 239)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 166)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 263)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 126)
8 – 10	27 %	31 %	22 %	27 %	26 %
4 – 7	55 %	54 %	58 %	52 %	61 %
1 – 3	13 %	15 %	9 %	15 %	9 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	5 %	5 %	4 %	5 %	4 %
Moyenne	6,2	6,4	5,8	6,1	6,3

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 comprenaient les suivantes :

- Les intermédiaires fiscaux exerçant des activités depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles de croire que les entreprises qui trichent se feront prendre par rapport à celles qui exercent leurs activités depuis plus de 10 ans (6,4 par rapport à 5,8).
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [7,1] 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 faible (cotes de 1 à 3) [4,7].

On a demandé aux intermédiaires fiscaux d'indiquer leur probabilité de signaler qu'une entreprise qu'elles connaissent pratique la fraude fiscale. Pour ce faire, elles devaient utiliser une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « pas du tout probable » et 10, « très probable ». Devant une situation où ils soupçonnent qu'une entreprise pratique la fraude fiscale, 30 % 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= 409)

Situation de la sensibilisation à la fraude fiscale	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Certitude que l'entreprise pratique la fraude fiscale	46 %	33 %	14 %	7 %	6,9
Soupçon que l'entreprise pratique la fraude fiscale	30 %	40 %	20 %	10 %	6,0

F-4. Pensez à une situation où une entreprise que vous connaissez pratique peut-être la fraude fiscale. Sur une échelle de 1 à 10, où « 1 » signifie « Pas du tout probable » et « 10 » signifie « Très probable », quelle est la probabilité que vous dénonciez cette entreprise si... ?

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

- 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 7,8 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) [6,0 et 6,8] ou faible (cotes de 1 à 3) [4,9 et 5,8].
- De plus, ceux qui ont interagi avec l'Agence récemment étaient plus susceptibles de dénoncer les fraudeurs s'ils étaient certains qu'ils avaient commis une fraude par rapport à ceux qui n'avaient pas eu de communication récente avec l'Agence (7,1 par rapport à 6,4).

Pour mieux comprendre les perceptions liées aux fraudeurs fiscaux qui se font prendre, on a demandé aux répondants d'indiquer leur niveau d'accord avec deux énoncés précis. 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 d'un tiers des intermédiaires fiscaux (35 %) étaient tout à fait d'accord pour dire que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale. Cela dit, 31 % d'entre eux étaient tout à fait d'accord que l'Agence n'aurait jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus d'entreprise.

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= 409)

Énoncés « attraper les fraudeurs fiscaux »	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux. (B-3m)	35 %	41 %	16 %	9 %	6,3
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)	31 %	41 %	22 %	6 %	5,8

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 ».

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

- Les intermédiaires fiscaux du Canada atlantique (6,8) étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale par rapport à ceux qui vivent au Québec (6,0) ou en Colombie-Britannique (5,9).
- Les intermédiaires fiscaux exerçant des activités au Québec (6,6) étaient plus susceptibles de croire 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'entreprise en comparaison à ceux exerçant des activités en Ontario (5,7) ou en Colombie-Britannique (5,3).
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [7,7] 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 faible (cotes de 1 à 3) [4,3].
- Les personnes inscrites au service Représenter un client étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux (6,4 par rapport à 5,6 pour ceux qui ne sont pas inscrits).
- Les intermédiaires fiscaux qui exercent leurs activités depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux (6,6 par rapport à 5,8 pour ceux qui exercent leurs activités 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 plupart des intermédiaires fiscaux étaient fortement d'accord (cotes de 8 à 10) avec la moitié des énoncés présentés. Plus précisément, 60 % 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 57 % 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 45 % 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, près de deux intermédiaires fiscaux sur cinq sont fortement en accord pour dire que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale (39 %) et que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (35 %). 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 (15 %) – avec près de trois intermédiaires fiscaux sur cinq qui étaient plutôt entièrement en désaccord avec ce type d'activité (58 %).

Tableau 112. Perceptions de la fraude fiscale

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 409)

Énoncés sur la fraude fiscale	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
La fraude fiscale auprès des entreprises réduit les fonds disponibles pour les services essentiels, notamment les soins de santé et l'éducation.	60 %	28 %	9 %	3 %	7,6
Les entreprises qui ne paient pas l'impôt sur tous leurs revenus, ou qui ne perçoivent pas la TPS/TVH, ont un avantage injuste par rapport à celles qui le font.	57 %	32 %	7 %	4 %	7,5
Il est acceptable que l'Agence utilise des informations accessibles au public, comme les médias sociaux, pour aider à repérer les entreprises qui ne paient pas leur juste part d'impôts.	45 %	36 %	14 %	6 %	6,8
Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future.	39 %	42 %	13 %	5 %	6,6
L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales.	35 %	41 %	16 %	8 %	6,3
Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant.	15 %	26 %	58 %	1 %	3,7

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 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 (8,0 par rapport à 7,3 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 (8,0 par rapport à 7,4).

Inversement, les intermédiaires fiscaux en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d'être d'accord avec ce qui suit par rapport à ceux en activité depuis plus de 10 ans :

- Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant (4,2 par rapport à 3,0).
- Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (6,9 par rapport à 6,2).
- Ceux qui ont obtenu des cotes de l'indice de confiance faibles (cotes de 1 à 3) ou modérées (cotes de 4 à 7) étaient toujours moins d'accord avec presque tous les énoncés que ceux ayant des cotes de l'indice de confiance élevées (cotes de 8 à 10), à l'exception de la perception selon laquelle il est acceptable pour les entreprises de ne pas déclarer les revenus reçus en argent comptant.
- De même, les intermédiaires fiscaux qui ont attribué une cote de rendement global faible (cotes de 1 à 3) ou neutre (cotes de 4 à 7) pour l'Agence ont également fourni des cotes d'accord plus faibles pour presque tous les énoncés par rapport à ceux qui ont indiqué des cotes de rendement globales élevées (cotes de 8 à 10), à l'exception de la perception selon laquelle il est acceptable pour les entreprises de ne pas déclarer les revenus reçus en argent comptant.

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 graves cas de fraude fiscale comprenaient la production de fausses déclarations pour les programmes de prestations fiscales (72 %) et la non-réclamation de biens ou de revenus étrangers (61 %). Plus de la moitié des répondants ont considéré les activités suivantes comme étant de graves cas de fraude fiscale (cotes de 8 à 10) : être payé en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu (57 %), ne pas inscrire son entreprise (56 %), sous-déclarer le revenu gagné en argent comptant (55 %), ne pas déclarer l'argent provenant de la location de chambres ou de maisons sur un site Web de location en ligne (53 %) et déclarer des dépenses en trop (51 %).

Environ la moitié des répondants estiment que la promotion d'un programme de dons de bienfaisance où les crédits d'impôt dépassent le montant donné représente un grave cas de fraude fiscale (50 %), ainsi que le fait de réaliser un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans le déclarer est une forme grave de fraude fiscale (49 %). 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 (37 %) et de ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs

sur les plateformes de réseaux sociaux (34 %), 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= 409)

Comportements d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations	72 %	24 %	3 %	1 %	8,4
Omission de déclarer des biens ou des revenus à l'étranger, y compris ceux qui sont mis à l'abri dans des paradis fiscaux	61 %	30 %	6 %	4 %	7,9
Travailler et recevoir une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu	57 %	33 %	7 %	3 %	7,6
Non-enregistrement d'une entreprise	56 %	34 %	5 %	5 %	7,7
Sous-estimation du revenu reçu en argent comptant	55 %	37 %	6 %	2 %	7,6
Ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne	53 %	35 %	8 %	4 %	7,5
Dépenses réclamées en trop	51 %	40 %	6 %	3 %	7,5
Promouvoir un programme de dons de bienfaisance alors que les crédits d'impôt dépassent le montant donné	50 %	36 %	6 %	8 %	7,4
Ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie, c'est-à-dire une monnaie numérique comme le bitcoin	49 %	33 %	10 %	9 %	7,3
Obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant	37 %	41 %	18 %	4 %	6,3
Ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux	34 %	41 %	16 %	10 %	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?

Relevant subgroup differences related to business tax cheating behaviours included the following:

- Les intermédiaires fiscaux en activité depuis plus de 10 ans ont eu plus tendance à considérer les comportements suivants comme étant graves par rapport à ceux en activité depuis 10 ans ou moins :

- Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations (8,8 par rapport à 8,0).
- Omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration, y compris ceux de paradis fiscaux (8,4 par rapport à 7,5).
- Travailler et recevoir une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu (8,0 par rapport à 7,3).
- Sous-estimation du revenu reçu en argent comptant (7,9 par rapport à 7,4).
- Ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne (7,9 par rapport à 7,1).
- Dépenses déclarées en trop (7,8 par rapport à 7,3).
- Promouvoir un programme de dons de bienfaisance alors que les crédits d'impôt dépassent le montant donné (7,8 par rapport à 7,1).
- Ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie, c'est-à-dire une monnaie numérique comme le bitcoin (7,8 contre 7,0).

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, 27 % des répondants estimaient que cela représentait un grave cas de fraude fiscale (cotes de 8 à 10), tandis que 34 % 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, 17 % ont estimé que l'action était une fraude grave, tandis que 52 % ont fourni des cotes de 5 ou moins.

On a ensuite demandé à ces répondants (n= 43) d'évaluer la gravité d'éviter de payer 50 000 \$ à titre d'impôt. Dans un tel cas, 9 % des répondants estiment qu'il s'agit d'un grave cas de fraude, et 65 % 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= 241)

Comportements d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 1 000 \$ à titre d'impôt (n= 241)	27 %	54 %	15 %	4 %	6,1
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 10 000 \$ à titre d'impôt (n= 83)	17 %	59 %	22 %	2 %	5,2
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 50 000 \$ à titre d'impôt (n= 43)	6 %	58 %	33 %	-	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 ». La plupart (59 %) 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 7,9. Une proportion semblable (51 %) 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= 409)

Situations d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens ne déclarent pas des biens ou des revenus étrangers imposables	59 %	34 %	3 %	4 %	7,9
Recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens travaillent clandestinement pour de l'argent	51 %	37 %	9 %	3 %	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 comprenaient les suivantes :

- Les intermédiaires fiscaux en activité depuis plus de 10 ans étaient plus susceptibles 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 (7,7 par rapport à 7,0).
- 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 ($r^2 = 0,61$), ce qui explique près des deux tiers 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 $r^2 = 0,61$	Cote (% – cote de 8 à 10)
30 %	L'Agence est serviable.	39 %
19 %	Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste.	42 %
17 %	L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens.	42 %
13 %	Les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail.	46 %
13 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable. ¹¹	38 %
8 %	L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus.	45 %
5 %	J'ai confiance que l'Agence traitera mes renseignements personnels de manière appropriée.	57 %
4 %	J'estime que les employés de l'Agence sont dignes de confiance.	52 %
-1 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	23 %
-9 %	L'Agence traite tout le monde de la même façon.	37 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

¹¹ In 2024, n=1,200 respondents were presented with the original variation of the fairness statement, exploring the impact of overall fair treatment from the CRA.

Le niveau d'importance de chaque caractéristique indique la mesure dans laquelle celle-ci prédit le rendement global de l'Agence. Il y a six caractéristiques qui représentent en majeure partie l'écart expliqué (serviabilité, confiance, avantages pour les Canadiens, capacité, traitement équitable 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, 57 % des Canadiens ont donné à l'Agence une cote de 8, 9 ou 10 sur 10 lorsqu'il s'agit de faire confiance à l'Agence pour traiter les renseignements personnels, ce qui laisse entendre que l'Agence a un rendement modéré à cet égard. Le modèle démontre également que l'Agence continue d'obtenir un meilleur rendement en ce qui concerne le traitement des renseignements 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.

Le deuxième modèle de confiance était composé de la même série de facteurs de confiance, à l'exception d'une variation de l'énoncé d'équité mis en place en 2024. L'écart total expliqué par le modèle de régression a augmenté légèrement ($r^2 = 0,62$), ce qui explique environ les deux tiers des résultats des cotes de rendement globales. La mesure dans laquelle les contribuables estiment que l'Agence traite les particuliers de façon équitable dans leurs interactions avec eux était le meilleur indicateur des cotes de rendement globales 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 $r^2 = 0,62$	Cote (% – cote de 8 à 10)
31 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec nous. ¹²	41 %
26 %	L'Agence est serviable.	39 %
23 %	Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste.	42 %
16 %	L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens.	42 %
14 %	Les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail.	46 %

¹² In 2024, n=1,200 respondents were presented with a new variation of the fairness statement, introduced to explore the impact of a focus on interactions with the CRA.

5 %	L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus.	45 %
< 1 %	J'estime que les employés de l'Agence sont dignes de confiance.	52 %
< 1 %	J'ai confiance que l'Agence traitera mes renseignements personnels de manière appropriée.	57 %
-3 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	23 %
-12 %	L'Agence traite tout le monde de la même façon.	37 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

L'apport d'améliorations liées au traitement équitable dans les interactions avec les contribuables aura la plus grande incidence sur les cotes globales de l'Agence parmi les répondants de la population générale. Il est important de souligner qu'une plus faible proportion de répondants de la population générale ont déclaré avoir interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois (39 %), comparativement aux PME (57 %) ou aux intermédiaires fiscaux (61 %).

Modèle de service

Le troisième modèle était composé d'une série de facteurs reliés au 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 118. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi les PME – facteurs de confiance

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,32$	Cote (% – cote de 8 à 10)
31 %	Le service offert par l'Agence était facile d'accès.	46 %
25 %	Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun.	53 %
24 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	67 %
20 %	Le représentant de l'Agence était poli.	74 %
11 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	60 %
7 %	Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	62 %
-7 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	64 %
-10 %	Le représentant de l'Agence était professionnel.	77 %

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. Quatre caractéristiques représentaient la majeure partie de l'écart expliqué : la facilité d'accès, le service en temps opportun, la réception de renseignements exacts et la mesure dans laquelle le représentant de l'Agence a été poli.

Bien que la facilité d'accès au service ait été parmi les caractéristiques les plus importantes pour la population générale, recevant une cote d'importance dérivée de 31 %, bien que moins de la moitié des répondants aient donné une cote de 8, 9 ou 10. Cela continue d'être considéré comme un secteur prioritaire pour l'Agence. Inversement, le professionnalisme (77 %) et la courtoisie du représentant (74 %) ont obtenu une cote élevée, et seule la courtoisie du représentant a reçu une cote d'importance dérivée significative. Ce modèle indique que le fait d'être en mesure d'accéder facilement au service de l'Agence et la mesure dans laquelle ce service a été fourni en temps opportun étaient de la plus grande importance pour tenter 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 119. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi les PME – facteurs de service

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,74$	Cote (% – cote de 8 à 10)
20 %	L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens à trouver réponse à leurs questions sur l'impôt ou les prestations.	44 %
19 %	Les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail.	51 %
15 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable. ¹³	45 %
14 %	Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste.	44 %
11 %	J'estime que les employés de l'Agence sont dignes de confiance.	51 %
9 %	L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus d'entreprise.	48 %
6 %	L'Agence est serviable.	46 %
5 %	L'Agence traite tout le monde de la même façon.	42 %
3 %	L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun.	59 %
3 %	L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales.	51 %
1 %	L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens.	47 %
1 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	43 %
-1 %	Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps.	55 %
-6 %	J'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mon entreprise de manière appropriée.	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 tirent au clair la majeure partie de l'écart expliqué (travailler fort pour aider avec les questions liées à l'impôt et aux prestations, et la mesure dans laquelle ils font bien leur travail), c'est-à-dire qu'elles ont le plus d'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 travaille fort pour aider les Canadiens à traiter les questions liées à l'impôt et aux prestations (44 %) était parmi les cotes les plus faibles

¹³ In 2024, n=387 respondents were presented with the original variation of the fairness statement, exploring the impact of overall fair treatment from the CRA.

attribuées à toutes les caractéristiques, ce qui représente le secteur prioritaire pour améliorer les perceptions générales de l'Agence. Le modèle démontre également que l'Agence a obtenu de bien meilleurs résultats en ce qui concerne le traitement des déclarations de revenus des entreprises en temps opportun (59 %), la capacité de traiter des renseignements des entreprises de manière appropriée (56 %) et la réception de renseignements en temps opportun (55 %). Toutefois, l'importance de ces caractéristiques est relativement faible.

Le deuxième modèle de confiance était composé de la même série de facteurs de confiance, à l'exception d'une variation de l'énoncé d'équité mis en place en 2024. L'écart total expliqué par le modèle de régression est demeuré identique ($r^2 = 0,74$), ce qui explique près des trois quarts des résultats des cotes de rendement globales. La mesure dans laquelle les contribuables estiment que l'Agence traite les particuliers de façon équitable dans leurs interactions avec eux avait une importance dérivée moindre que la mesure dans laquelle l'Agence traite généralement les contribuables de façon équitable, comme le montre le modèle précédent (13 % par rapport à 15 %).

Tableau 120. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi les intermédiaires fiscaux – facteurs de confiance

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,74$	Cote (% – cote de 8 à 10)
20 %	L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens à trouver réponse à leurs questions sur l'impôt ou les prestations.	44 %
20 %	Les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail.	51 %
13 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec nous. ¹⁴	41 %
12 %	Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste.	44 %
11 %	L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus d'entreprise.	48 %
8 %	J'estime que les employés de l'Agence sont dignes de confiance.	51 %
7 %	L'Agence est serviable.	46 %
6 %	L'Agence traite tout le monde de la même façon.	42 %
2 %	L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun.	59 %
2 %	L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens.	47 %
2 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	43 %
1 %	L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales.	51 %
< 1 %	Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps.	55 %
-3 %	J'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mon entreprise de manière appropriée.	56 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Au moment de modifier le modèle afin d'inclure l'équité perçue des interactions avec l'Agence, la facilité de production des déclarations a été désignée comme un facteur important des cotes de rendement globales de l'Agence. Étant donné que moins de la moitié des PME ont fourni des cotes positives (48 %), cela représente un secteur d'intérêt supplémentaire pour améliorer les cotes de rendement globales de l'Agence.

Modèle de service

Le troisième modèle était composé d'une série de facteurs reliés au service afin de déterminer leur incidence relative sur les cotes de rendement globales de l'Agence. L'écart total expliqué par

¹⁴ In 2024, n=383 respondents were presented with a new variation of the fairness statement, introduced to explore the impact of a focus on interactions with the CRA.

Le modèle de régression était relativement faible ($r^2 = 0,55$), ce qui explique près des deux tiers 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 $r^2 = 0,67$	Cote (% – cote de 8 à 10)
37 %	Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun.	59 %
31 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	67 %
29 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	61 %
25 %	Le représentant de l'Agence était poli.	65 %
22 %	Le service offert par l'Agence était facile d'accès.	59 %
97%	Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	64 %
-13 %	Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	55 %
-38 %	Le représentant de l'Agence était professionnel.	65 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Le niveau d'importance de chaque caractéristique indique la mesure dans laquelle celle-ci prédit le rendement global de l'Agence. Il y avait cinq caractéristiques qui représentaient la majeure partie de l'écart expliqué : la rapidité du service, les renseignements exacts, la facilité de compréhension, les représentants polis et la facilité d'accès.

La rapidité du service était de loin la caractéristique la plus importante relevée parmi les PME interrogées, avec près de trois répondants sur cinq (59 %) ayant fourni une cote de 8, 9 ou 10, ce qui représente une possibilité d'amélioration prioritaire. La facilité d'accès a été positionnée de la même façon, avec une cote de rendement relativement faible (59 %), ce qui suggère que cela devrait demeurer une priorité pertinente pour l'Agence, malgré son importance relativement faible en tant que facteur clé. Inversement, le professionnalisme du représentant de l'Agence a obtenu une cote élevée (65 %), mais son importance était moindre. Les résultats suggèrent que même si les répondants sont les plus satisfaits de l'exactitude des renseignements (67 %), le rendement dans ce domaine devrait demeurer une priorité pour l'Agence.

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 ($r^2 = 0,69$), ce qui explique un peu plus des deux tiers des résultats des cotes de rendement globales.

Tableau 122. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi les intermédiaires fiscaux – facteurs de confiance

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,69$	Cote (% – cote de 8 à 10)
32 %	L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens à trouver réponse à leurs questions sur l'impôt ou les prestations.	35 %
28 %	L'Agence est serviable.	40 %
19 %	L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens.	36 %
13 %	Les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail.	37 %
12 %	Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste.	39 %
6 %	L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que vos clients puissent respecter leurs obligations fiscales.	40 %
4 %	L'Agence traite tout le monde de la même façon.	32 %
1 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	35 %
1 %	Les renseignements fournis par l'Agence pour mes clients d'entreprise arrivent à temps.	39 %
1 %	L'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises.	40 %
1 %	J'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mes clients de manière appropriée.	45 %
-2 %	L'Agence traite les déclarations de revenus des entreprises en temps opportun.	42 %
-8 %	J'estime que les employés de l'Agence sont dignes de confiance.	41 %
-10%	L'Agence traite les contribuables de façon équitable. ¹⁵	39%

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Il y avait quatre caractéristiques qui tirent au clair la plupart des écarts expliqués (travailler fort pour les Canadiens, la serviabilité, les avantages pour les Canadiens et la capacité des employés

¹⁵ In 2024, n=403 respondents were presented with the original variation of the fairness statement, exploring the impact of overall fair treatment from the CRA.

de l'Agence), 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. Le modèle démontre que la serviabilité est un thème clé parmi les intermédiaires fiscaux, les deux caractéristiques ayant le plus de poids étant axés sur celle-ci.

Les résultats de la recherche démontrent que la confiance envers l'Agence pour le traitement des renseignements de ses clients a obtenu la cote la plus élevée en ce qui a trait au rendement, avec près de la moitié des intermédiaires fiscaux ayant donné une cote de 8, 9 ou 10. Non loin derrière, nous constatons que l'Agence fonctionne relativement bien lorsqu'il s'agit de traiter les déclarations de revenus des entreprises en temps opportun, que les employés de l'Agence sont dignes de confiance et que le processus de production des déclarations de revenus est facile. Toutefois, l'importance de toutes ces caractéristiques est relativement faible, ce qui laisse entendre qu'il ne devrait pas s'agir de secteurs prioritaires en ce qui concerne l'amélioration du rendement global perçu de l'Agence.

Le deuxième modèle de confiance était composé de la même série de facteurs de confiance, à l'exception d'une variation de l'énoncé d'équité mis en place en 2024. L'écart total expliqué par le modèle de régression est demeuré identique ($r^2 = 0,69$). Toutefois, pour le public des intermédiaires fiscaux, la mesure dans laquelle les contribuables estiment que l'Agence traite les particuliers de façon équitable dans leurs interactions avec ceux-ci a reçu l'une des cotes d'importance dérivée les plus élevées. En comparant avec le modèle précédent, le manque d'importance de la mesure dans laquelle l'Agence traite généralement les contribuables de façon équitable peut suggérer que le comportement est attendu de la part de l'Agence, tandis que l'équité dans les interactions semble être plus importante.

Tableau 123. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi les intermédiaires fiscaux – facteurs de confiance

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,69$	Cote (% – cote de 8 à 10)
27 %	L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens à trouver réponse à leurs questions sur l'impôt ou les prestations.	35 %
23 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec nous. ¹⁶	36 %
22 %	L'Agence est serviable.	40 %
14 %	L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens.	36 %
13 %	Les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail.	37 %
9 %	Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste.	39 %
7 %	L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que vos clients puissent respecter leurs obligations fiscales.	40 %
1 %	J'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mes clients de manière appropriée.	45 %
1 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	35 %
1 %	Les renseignements fournis par l'Agence pour mes clients d'entreprise arrivent à temps.	39 %
< 1 %	L'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises.	40 %
-1 %	L'Agence traite tout le monde de la même façon.	32 %
-3 %	L'Agence traite les déclarations de revenus des entreprises en temps opportun.	42 %
-14 %	J'estime que les employés de l'Agence sont dignes de confiance.	41 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Chacun des principaux facteurs des cotes de rendement global a obtenu de mauvais résultats parmi les intermédiaires fiscaux, ce qui laisse entendre que les améliorations dans chacun de ces secteurs auront une incidence positive sur la perception du rendement globale de l'Agence.

¹⁶En 2024, une nouvelle variation de l'énoncé d'équité a été présentée à 407 répondants afin d'étudier l'incidence de l'accent mis sur les interactions avec l'Agence.

Modèle de service

Le troisième modèle était composé d'une série de facteurs liés au 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 ($r^2 = 0,45$), ce qui explique près de la moitié des résultats des cotes de rendement globales.

Tableau 124. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi les intermédiaires fiscaux – facteurs de service

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,45$	Cote (% – cote de 8 à 10)
43 %	Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun.	45 %
22 %	Le service offert par l'Agence était facile d'accès.	47 %
16 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	54 %
13 %	Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	56 %
13 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	52 %
< 1 %	Le représentant de l'Agence était professionnel.	65 %
< 1 %	Le représentant de l'Agence était poli.	65 %
-7 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	53 %

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 (45 %) 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 caractéristiques devraient être le principal point d'intérêt de l'Agence à l'avenir.

Incidence sur la confiance

Une composante de cette recherche consistait à déterminer si l'équité perçue, le rendement du gouvernement du Canada, les perceptions de la capacité de l'Agence à attraper les fraudeurs fiscaux et l'indice de satisfaction à l'égard du service expliquent l'un ou l'autre des écarts dans les cotes de l'indice de confiance, en s'harmonisant avec les données historiques.

Une technique multivariable, connue sous le nom de l'analyse de régression, a été utilisée afin de déterminer l'importance de ces facteurs en vue de la prévision des cotes de l'indice de confiance. Chaque modèle détaillé illustre les diverses caractéristiques et leur incidence relative sur les cotes de l'indice de confiance.

Cette analyse était axée sur les évaluations de l'incidence de l'énoncé de l'échantillon fractionné lié à la perception du traitement équitable par l'Agence, en comparant les perceptions générales au traitement équitable dans le cadre des interactions avec l'Agence.

Population générale

Modèle 1

Le premier modèle était composé d'une série de facteurs pour déterminer leur incidence relative sur les cotes de rendement de l'indice de confiance, plus particulièrement l'inclusion des perceptions de traitement équitable par l'Agence, avec la mise en garde qu'un indice de satisfaction du service valide a été fourni (n= 389). L'écart total expliqué par le modèle de régression était relativement élevé ($r^2 = 0,77$), ce qui explique un peu plus des trois quarts des résultats des cotes de l'indice de confiance.

Tableau 125. Principaux facteurs des cotes de l'indice de confiance au sein de la population générale – modèle 1

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,77$	Cote (% – cote de 8 à 10)
70 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable.	39 %
17 %	Indice de satisfaction à l'égard du service.	55 %
8 %	Rendement global du gouvernement du Canada.	15 %
5 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	26 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Parmi les répondants de la population générale **qui ont récemment interagi avec l'Agence**, les perceptions selon lesquelles « l'Agence traite les contribuables de façon équitable » étaient le

principal facteur de rendement de l'indice de confiance, suivies par les cotes globales du service qu'ils ont reçu (cotes de l'indice de satisfaction à l'égard du service). Le rendement global du gouvernement et les perceptions de prendre des fraudeurs fiscaux ont eu une incidence minime sur la confiance de ce public.

Modèle 2

Le deuxième modèle comprenait les mêmes facteurs, à l'exception de l'inclusion de seulement ceux qui n'ont pas fourni une cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service (n= 651). L'écart total expliqué par le modèle de régression était modérément élevé ($r^2 = 0,66$), ce qui explique environ les deux tiers des résultats des cotes de l'indice de confiance.

Tableau 126. Principaux facteurs des cotes de l'indice de confiance au sein de la population générale – modèle 2

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,66$	Cote (% – cote de 8 à 10)
65 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable.	39 %
21 %	Rendement global du gouvernement du Canada.	16 %
14 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	30 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Parmi les répondants de la population générale **qui n'ont eu aucune interaction récente avec l'Agence**, les perceptions du traitement équitable continuent d'être le principal facteur des cotes de rendement de l'indice de confiance. Le rendement global du gouvernement et les perceptions du fait d'attraper des fraudeurs fiscaux ont eu une incidence plus faible, mais tout de même significative, sur les cotes de l'indice de confiance.

Modèle 3

Le troisième modèle comprenait des réponses ayant une cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service valide et explorait l'incidence de l'utilisation d'un langage différent pour évaluer si l'Agence traite les contribuables de façon équitable, plus précisément si « l'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec eux » (n= 427). L'écart total expliqué par le modèle de régression était relativement élevé ($r^2 = 0,76$), ce qui explique un peu plus des trois quarts des résultats des cotes de l'indice de confiance.

Tableau 127. Principaux facteurs des cotes de l'indice de confiance au sein de la population générale – modèle 3

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,76$	Cote (% – cote de 8 à 10)
63 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec nous.	40 %
15 %	Rendement global du gouvernement du Canada.	15 %
11 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	21 %
11 %	Indice de satisfaction à l'égard du service.	54 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Parmi ceux qui avaient récemment interagi avec l'Agence, la mesure dans laquelle l'Agence était perçue comme traitant les contribuables de façon équitable dans leurs interactions avec eux était le principal facteur de rendement de l'indice de confiance, tandis que toutes les autres variables ont eu un effet modéré sur le modèle.

Modèle 4

Le quatrième modèle comprenait des réponses ayant une cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service non valide et explorait de nouveau l'incidence de l'utilisation d'un langage différent pour évaluer si l'Agence traite les contribuables de façon équitable, plus précisément si « l'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec eux » (n= 611). L'écart total expliqué par le modèle de régression était modérément élevé ($r^2 = 0,69$), ce qui explique le plus des deux tiers des résultats des cotes de l'indice de confiance.

Tableau 128. Principaux facteurs des cotes de l'indice de confiance au sein de la population générale – modèle 4

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,69$	Cote (% – cote de 8 à 10)
66 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec nous.	45 %
18 %	Rendement global du gouvernement du Canada.	12 %
16 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	24 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Parmi les répondants de la population générale qui n'ont eu aucune interaction récente avec l'Agence, les perceptions du traitement équitable dans la cadre des interactions continuent d'être le principal facteur des cotes de rendement de l'indice de confiance.

Modèle 5

Le cinquième modèle comprenait des réponses ayant une cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service valide et examinait l'incidence de la combinaison de l'évaluation de la mesure dans laquelle l'Agence traite les contribuables de façon équitable et d'un traitement équitable, en particulier dans leurs interactions avec eux (n= 815). L'écart total expliqué par le modèle de régression était relativement élevé ($r^2 = 0,76$), ce qui explique un peu plus des trois quarts des résultats des cotes de l'indice de confiance.

Tableau 129. Principaux facteurs des cotes de l'indice de confiance au sein de la population générale – modèle 5

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,76$	Cote (% – cote de 8 à 10)
67 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec nous.	40 %
14 %	Indice de satisfaction à l'égard du service.	54 %
11 %	Rendement global du gouvernement du Canada.	15 %
8 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	24 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Les perceptions de traitement équitable étaient le principal facteur des cotes de rendement de l'indice de confiance dans chacun des modèles mis à l'essai. Lors de la comparaison des modèles qui comprenaient des personnes qui ont récemment interagi avec l'Agence, les cotes de l'indice de satisfaction à l'égard du service étaient généralement le facteur secondaire des cotes de rendement globales de l'indice de confiance.

Le rendement global du gouvernement du Canada et la mesure dans laquelle l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale ont produit des effets modérés sur le modèle, bien que relativement faibles par rapport aux autres variables explorées.

En fin de compte, les modèles 1 et 5 expliquaient la plupart des résultats des cotes de l'indice de confiance, et peu importe le modèle utilisé, les perceptions de traitement équitable étaient le principal facteur des cotes de l'indice de confiance.

L'avantage de l'utilisation du modèle 5 serait que l'échantillon combiné a fourni le plus grand bassin de répondants aux fins de comparaison, tandis que le traitement équitable dans le modèle 1 a reçu la cote d'importance dérivée la plus élevée dans l'ensemble des modèles mis à l'essai.

Petites et moyennes entreprises (PME)/intermédiaires fiscaux

Une série identique de modèles a été produite en combinant les publics des PME et des intermédiaires fiscaux, ce qui a été fait compte tenu de l'échantillon limité disponible lors de la production des résultats séparément.

Modèle 1

Le premier modèle était composé d'une série de facteurs pour déterminer leur incidence relative sur les cotes de rendement de l'indice de confiance, plus particulièrement l'inclusion des perceptions de traitement équitable par l'Agence, avec la mise en garde qu'un indice de satisfaction du service valide a été fourni (n= 430). L'écart total expliqué par le modèle de régression était relativement élevé ($r^2 = 0,83$), ce qui explique un peu plus des quatre cinquièmes des résultats des cotes de l'indice de confiance.

Tableau 130. Principaux facteurs des cotes de l'indice de confiance parmi les PME et les intermédiaires fiscaux – modèle 1

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,83$	Cote (% – cote de 8 à 10)
45 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable.	48 %
30 %	Indice de satisfaction à l'égard du service.	51 %
18 %	Rendement global du gouvernement du Canada.	34 %
6 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	43 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Parmi les entreprises et les intermédiaires fiscaux **qui ont récemment interagi avec l'Agence**, les perceptions générales du traitement équitable étaient le principal facteur de rendement de l'indice de confiance, suivies de près par les cotes de service globales fournies (cotes de l'indice de satisfaction à l'égard du service). Le rendement global du gouvernement a eu une incidence modérée sur le modèle et les perceptions quant à savoir si l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale ont eu une incidence minime.

Modèle 2

Le deuxième modèle comprenait les mêmes facteurs, à l'exception de l'inclusion de seulement ceux qui n'ont pas fourni une cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service (n= 251). L'écart total expliqué par le modèle de régression était modérément élevé ($r^2 = 0,80$), ce qui explique environ les quatre cinquièmes des résultats des cotes de l'indice de confiance.

Tableau 131. Principaux facteurs des cotes de l'indice de confiance parmi les PME et les intermédiaires fiscaux – modèle 2

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,80$	Cote (% – cote de 8 à 10)
76 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable.	37 %
16 %	Rendement global du gouvernement du Canada.	29 %
8 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	40 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Parmi les entreprises et les intermédiaires fiscaux **qui n'ont pas eu d'interaction récente avec l'Agence**, les perceptions générales du traitement équitable étaient le principal facteur des cotes de rendement de l'indice de confiance. Le rendement global du gouvernement a eu un effet modéré sur le modèle, tandis que les perceptions du fait d'attraper des fraudeurs fiscaux ont produit un effet mineur.

Modèle 3

Le troisième modèle comprenait des réponses ayant une cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service valide et explorait l'incidence de l'utilisation d'un langage différent pour évaluer si l'Agence traite les contribuables de façon équitable, plus précisément si « l'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec eux » (n= 437). L'écart total expliqué par le modèle de régression était élevé ($r^2 = 0,86$), ce qui explique le 86 % de l'écart du résultat des cotes de l'indice de confiance.

Tableau 132. Principaux facteurs des cotes de l'indice de confiance parmi les PME et les intermédiaires fiscaux – modèle 3

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,86$	Cote (% – cote de 8 à 10)
60 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec nous.	43 %
21 %	Indice de satisfaction à l'égard du service.	49 %
10 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	47 %
9 %	Rendement global du gouvernement du Canada.	35 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Parmi ceux qui ont récemment interagi avec l'Agence, la perception selon laquelle l'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec eux était le principal facteur du rendement de l'indice de confiance. Les cotes de service globales ont eu un effet modéré sur le modèle, tandis que le rendement global du gouvernement du Canada et les perceptions du fait d'attraper des fraudeurs fiscaux ont produit un effet limité.

Modèle 4

Le quatrième modèle comprenait des réponses ayant une cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service non valide et explorait de nouveau l'incidence de l'utilisation d'un langage différent pour évaluer si l'Agence traite les contribuables de façon équitable, plus précisément si « l'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec eux » (n= 271). L'écart total expliqué par le modèle de régression était relativement élevé ($r^2 = 0,78$), ce qui explique un peu plus des trois quarts des résultats des cotes de l'indice de confiance.

Tableau 133. Principaux facteurs des cotes de l'indice de confiance parmi les PME et les intermédiaires fiscaux – modèle 4

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,78$	Cote (% – cote de 8 à 10)
72 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec nous.	36 %
17 %	Rendement global du gouvernement du Canada.	25 %
12 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	38 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Parmi les entreprises et les intermédiaires fiscaux qui n'ont eu aucune interaction récente avec l'Agence, les perceptions du traitement équitable dans la cadre des interactions continuent d'être le principal facteur des cotes de rendement de l'indice de confiance.

Modèle 5

Le cinquième modèle comprenait des réponses ayant une cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service valide et examinait l'incidence de la combinaison de l'évaluation de la mesure dans laquelle l'Agence traite les contribuables de façon équitable et d'un traitement équitable, en particulier dans leurs interactions avec eux (n= 867). L'écart total expliqué par le modèle de régression était relativement élevé ($r^2 = 0,84$), ce qui explique un peu plus des quatre cinquièmes des résultats des cotes de l'indice de confiance.

Tableau 134. Principaux facteurs des cotes de l'indice de confiance parmi les PME et les intermédiaires fiscaux – modèle 5

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,84$	Cote (% – cote de 8 à 10)
52 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable dans ses interactions avec nous.	45 %
26 %	Indice de satisfaction à l'égard du service.	50 %
14 %	Rendement global du gouvernement du Canada.	35 %
8 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	45 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Les perceptions de traitement équitable étaient le principal facteur des cotes de rendement de l'indice de confiance dans chacun des modèles mis à l'essai. Dans chaque modèle qui comprenait des personnes qui ont récemment interagi avec l'Agence, les cotes de l'indice de satisfaction à l'égard du service étaient le facteur secondaire des cotes de rendement globales de l'indice de confiance.

Le rendement global du gouvernement du Canada et la mesure dans laquelle l'Agence est perçue comme attrapant ceux qui commettent de la fraude fiscale ont produit des effets modérés sur le modèle, bien que relativement faibles par rapport aux autres variables explorées.

En fin de compte, les modèles 3 et 5 expliquaient la plupart des résultats des cotes de l'indice de confiance, et peu importe le modèle utilisé, les perceptions de traitement équitable étaient le principal facteur des cotes de rendement de l'indice de confiance.

L'avantage de l'utilisation du modèle 5 serait que l'échantillon combiné fournissait le plus grand bassin de répondants aux fins de comparaison, tandis que le modèle 3 expliquait 86 % des résultats des cotes de rendement de l'indice de confiance, le plus élevé dans l'ensemble des modèles mis à l'essai.

Profil des répondants

Population générale

Tableau P1. Langue

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)

Langue	Total non pondéré (n= 2 400)	Total pondéré (n= 2 400)
Anglais	79 %	80 %
Français	21 %	20 %

Tableau P2. Genre

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)

Genre	Total non pondéré (n= 2 400)	Total pondéré (n= 2 400)
Homme	51 %	48 %
Femme	48 %	51 %
Autre identité de genre	< 1 %	< 1 %
Je préfère ne pas répondre	1 %	1 %

Tableau P3. Âge

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)

Âge	Total non pondéré (n= 2 400)	Total pondéré (n= 2 400)
18-24	3 %	9 %
25-34	12 %	18 %
35-49	18 %	24 %
50-64	24 %	26 %
65 ans ou plus	42 %	23 %
Je préfère ne pas répondre	< 1 %	< 1 %

Tableau P4. Région

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)

Région	Total non pondéré (n= 2 400)	Total pondéré (n= 2 400)
Colombie-Britannique	13 %	14 %
Alberta	9 %	11 %
Saskatchewan	5 %	3 %
Manitoba	5 %	3 %
Ontario	33 %	38 %
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= 2 400)

Études	Total non pondéré (n= 2 400)	Total pondéré (n= 2 400)
Un niveau de 8 ^e année ou moins	2 %	2 %
Des études secondaires non terminées	6 %	5 %
Un diplôme d'études secondaires ou un équivalent	19 %	18 %
Un apprentissage enregistré ou un certificat d'une école de métiers ou un diplôme	4 %	4 %
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 %	8 %
Baccalauréat	21 %	23 %
Diplôme d'études supérieures au-delà du baccalauréat	17 %	17 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	1 %	1 %

Tableau P6. Pays de naissance

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)

Pays de naissance	Total non pondéré (n= 2 400)	Total pondéré (n= 2 400)
Canada	80 %	78 %
Inde	2 %	2 %
Angleterre	2 %	1 %
Chine	1 %	1 %
France	1 %	1 %
Allemagne	1 %	1 %
Royaume-Uni	1 %	1 %
États-Unis	1 %	2 %
Haïti	< 1 %	< 1 %
Iran	< 1 %	< 1 %
Algérie	< 1 %	< 1 %
Brésil	< 1 %	< 1 %
Colombie	< 1 %	< 1 %
Irlande	< 1 %	< 1 %

Italie	< 1 %	< 1 %
Jamaïque	< 1 %	< 1 %
Maroc	< 1 %	< 1 %
Mexique	< 1 %	< 1 %
Pays-Bas	< 1 %	< 1 %
Nigéria	< 1 %	< 1 %
Pakistan	< 1 %	< 1 %
Pologne	< 1 %	< 1 %
Roumanie	< 1 %	< 1 %
Écosse	< 1 %	< 1 %
Afrique du Sud	< 1 %	< 1 %
Sri Lanka	< 1 %	< 1 %
Trinité-et-Tobago	< 1 %	< 1 %
Ukraine	< 1 %	< 1 %
Autre	5 %	6 %
Je préfère ne pas répondre	1 %	1 %

Tableau P7. Temps passé au Canada

Base : (Population générale) Répondants qui ne sont pas nés au Canada (n= 504)

Temps passé au Canada	Total non pondéré (n= 442)	Total pondéré (n= 504)
Moins de 1 an	4 %	6 %
Au moins un an, mais moins de cinq ans	9 %	13 %
Au moins 5 ans, mais moins de 10 ans	9 %	12 %
10 ans ou plus	77 %	68 %
Je préfère ne pas répondre	1 %	1 %

Tableau P8. Statut d'emploi courant

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)

Statut d'emploi	Total non pondéré (n= 2 400)	Total pondéré (n= 2 400)
Employé à temps plein, c'est-à-dire pendant 35 heures ou plus par semaine	36 %	45 %
Employé à temps partiel, c'est-à-dire pendant moins de 35 heures par semaine	6 %	8 %
Travailleur indépendant	7 %	8 %
Sans emploi, mais à la recherche d'un emploi	2 %	2 %
Étudiant à temps plein	2 %	4 %
À la retraite	43 %	26 %
Absent du marché du travail	3 %	4 %
Autre	1 %	1 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	< 1 %	< 1 %

Tableau P9. Principale source de revenus

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)

Source de revenus	Total non pondéré (n= 2 400)	Total pondéré (n= 2 400)
Salaire payé par un employeur	40 %	53 %
Propriétaire d'entreprise ou associé – propriétaire unique	4 %	5 %
Propriétaire d'entreprise ou associé – société	3 %	4 %
Revenus de placements	5 %	4 %
Régime de retraite privé ou caisse de retraite constituée	11 %	7 %
Pension du gouvernement	29 %	19 %
Prestations	1 %	2 %
Autre	2 %	2 %
Pension alimentaire versée à un conjoint, à un enfant ou à un parent	2 %	2 %
Aucune source de revenus	1 %	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= 208)

Revenu annuel	Total non pondéré (n= 176)	Total pondéré (n= 208)
Moins de 30 000 \$	6 %	11 %
De 30 000 \$ à moins de 500 000 \$	21 %	19 %
De 500 000 \$ à moins de 1 million de dollars	4 %	3 %
De 1 à moins de 4 millions de dollars	3 %	4 %
De 4 à moins de 10 millions de dollars	2 %	2 %
Je préfère ne pas répondre	64 %	62 %

Tableau P11. Revenu du ménage approximatif

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)

Revenu annuel	Total non pondéré (n= 2 400)	Total pondéré (n= 2 400)
Moins de 20 000 \$	6 %	8 %
De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$	15 %	13 %
De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$	15 %	13 %
De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$	12 %	11 %
De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$	11 %	11 %
De 100 000 \$ à moins de 120 000 \$	8 %	9 %
De 120 000 \$ à moins de 150 000 \$	7 %	7 %
150 000 \$ et plus	13 %	16 %
Je préfère ne pas répondre	13 %	12 %

Tableau P12. Statut d'Autochtone

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)

Statut d'Autochtone	Total non pondéré (n= 2 400)	Total pondéré (n= 2 400)
Autochtone	4 %	4 %
Non-Autochtone	95 %	95 %
Je préfère ne pas répondre	1 %	1 %

Tableau P13. Statut de personne en situation de handicap

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)

Statut de personne en situation de handicap	Total non pondéré (n= 2 400)	Total pondéré (n= 2 400)
Répondants qui sont en situation de handicap	15 %	14 %
Répondants qui ne sont pas en situation de handicap	84 %	85 %
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= 770)

Langue	Total (n= 770)
Anglais	82 %
Français	18 %

Tableau P15. Région

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Région	Total (n= 770)
Colombie-Britannique	13 %
Alberta	13 %
Saskatchewan	4 %
Manitoba	3 %
Ontario	37 %
Québec	23 %
Nouveau-Brunswick	2 %
Nouvelle-Écosse	3 %
Île-du-Prince-Édouard	1 %
Terre-Neuve-et-Labrador	1 %
Yukon	-
Territoires du Nord-Ouest	-
Nunavut	< 1 %
Exploitation nationale	< 1 %
Je préfère ne pas répondre	-

Tableau P16. Nombre d'employés (y compris le répondant)

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Nombre d'employés	Total (n= 770)
1	33 %
De 2 à 4	26 %
De 5 à 19	15 %
De 20 à 49	12 %
De 50 à 99	11 %
100 ou plus	3 %

Tableau P17. Revenu d'entreprise annuel approximatif

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Revenu annuel	Total (n= 770)
Moins de 30 000 \$	18 %
De 30 000 \$ à moins de 500 000 \$	36 %
De 500 000 \$ à moins de 1 million de dollars	7 %
De 1 à moins de 4 millions de dollars	18 %
De 4 à moins de 10 millions de dollars	8 %
De 10 à moins de 20 millions de dollars	12 %
De 20 à moins de 50 millions de dollars	7 %
De 50 à moins de 250 millions de dollars	4 %
Moyenne	10,7 millions de dollars

Tableau P18. Type d'entreprise

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Type d'entreprise	Total (n= 770)
Une entreprise à propriétaire unique	62 %
Une entreprise constituée en société	19 %
Une société de personnes	10 %
Un organisme à but non lucratif	4 %
Une coopérative	3 %
Un organisme de bienfaisance enregistré	1 %
Une fiducie	1 %

Tableau P19. Participation à la prise de décisions opérationnelles

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Participation à la prise de décisions opérationnelles	Total (n= 770)
Questions d'ordre fiscal	100 %
Tenue de livres	74 %
Paie	65 %
Préparation de la TPS/TVH	63 %

Tableau P20. Poste au sein de l'entreprise

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Poste au sein de l'entreprise	Total (n= 770)
Président, président-directeur général ou propriétaire	69 %
Administrateur supérieur des affaires financières/contrôleur	12 %
Comptable	8 %
Gestionnaire	5 %
Commis comptable	2 %
Agent financier	2 %
Gestionnaire ou agent de la paie	2 %

Tableau P21. Genre

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Genre	Total (n= 770)
Homme	58 %
Femme	40 %
Autre identité de genre	1 %
Je préfère ne pas répondre	1 %

Tableau P22. Âge

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Âge	Total (n= 770)
18-24	-
25-34	8 %
35-49	21 %
50-64	33 %
65 ans ou plus	13 %
Je préfère ne pas répondre	25 %

Tableau P23. Industrie ou secteur d'activité (réponses d'au moins 1 %)

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Industries et secteurs	Total (n= 806)
Finances et assurances	16 %
Services professionnels, scientifiques et techniques	12 %
Construction	8 %
Commerce de détail	8 %
Arts, spectacles et loisirs	6 %
Soins de santé et assistance sociale	5 %
Fabrication	5 %
Services d'enseignement	4 %
Immobilier, location et location à bail	4 %
Services d'hébergement et de restauration	3 %
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	3 %
Transport et entreposage	3 %
Gestion de sociétés et d'entreprises	2 %
Administration et soutien	2 %
Services de nettoyage ou d'entretien ménager	2 %
Commerce de gros	1 %
Services publics	1 %
Organisme de bienfaisance enregistré	1 %
Industrie de l'information et industrie culturelle	1 %
Administration publique	1 %
Services de garde d'enfants ou de garderie	1 %
Extraction minière, pétrolière et gazière	1 %

Services de consultation	1 %
Réparations automobiles	1 %
Industrie des services personnels	1 %
Soins ou services de toilettage pour animaux domestiques	1 %
Industrie du marketing ou des ventes	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= 770)

Années d'exploitation	Total (n= 770)
Moins d'un an	5 %
De 1 à 2 ans	8 %
De 3 à 5 ans	24 %
De 6 à 10 ans	23 %
Plus de 10 ans	40 %
Je préfère ne pas répondre	1 %

Tableau P25. Statut d'Autochtone

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Statut d'Autochtone	Total (n= 770)
Autochtone	11 %
Non-Autochtone	88 %
Je préfère ne pas répondre	1 %

Tableau P26. Statut de personne en situation de handicap

Base : (PME) Tous les répondants (n= 770)

Statut de personne en situation de handicap	Total (n= 770)
Répondants qui sont en situation de handicap	14 %
Répondants qui ne sont pas en situation de handicap	84 %
Je ne sais pas	1 %
Je préfère ne pas répondre	1 %

Intermédiaires fiscaux

Tableau P27. Langue

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

Langue	Total (n= 810)
Anglais	83 %
Français	17 %

Tableau P28. Région

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

Région	Total (n= 810)
Colombie-Britannique	12 %
Alberta	13 %
Saskatchewan	3 %
Manitoba	4 %
Ontario	35 %
Québec	24 %
Nouveau-Brunswick	2 %
Nouvelle-Écosse	3 %
Île-du-Prince-Édouard	1 %
Terre-Neuve-et- Labrador	1 %
Yukon	< 1 %
Territoires du Nord- Ouest	-
Nunavut	-
Exploitation nationale	< 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	16 %
De 2 à 4	20 %
De 5 à 19	25 %
De 20 à 49	18 %
De 50 à 99	15 %
100 ou plus	7 %

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	54 %
Préparation de déclarations	46 %
Tenue de livres	42 %
Paie	41 %
Consultation	1 %
Services professionnels ou travaux techniques	< 1 %
Planification financière/états financiers	< 1 %
Immobilier/investissement dans les biens immobiliers	< 1 %
Assurances	< 1 %
Établissement de fonds de pension/planification de la retraite	< 1 %
Assurance	< 1 %
Domaine juridique/droit	-
Divertissement/accueil	-
Agriculture	-
Marketing/ventes	-
Restaurants	-
Autre langue	-
Tout et n'importe quoi	-
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	4 %
De 1 à 2 ans	8 %
De 3 à 5 ans	24 %
De 6 à 10 ans	20 %
Plus de 10 ans	42 %
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 2 400 répondants a été mené entre le 9 novembre et le 21 décembre 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 770 PME et de 810 intermédiaires fiscaux a été mené entre le 10 novembre 2023 et le 11 janvier 2024. 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 2 400 Canadiens adultes âgés de 18 ans ou plus. Un échantillon de 2 400 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/TNO	480
CB/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 : 18-24, 25-34, 35-49, 50-64 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 11 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. À la suite du sondage-test, le sondage ne nécessite pas de redressement, étant donné la durée moyenne d'environ 16 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 16 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 : 18-24, 25-34, 35-49, 50-64 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 préféreraient ne pas répondre à la question de genre. Aux fins de mise en tableau des données, une valeur de pondération de 1,0 leur a été attribuée.

Sondage téléphonique (Les pourcentages pourraient ne pas arriver exactement à 100 % en raison de l'arrondissement) :

Sous-segments	Recensement de 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 %	260	10,8 %	164	6,8 %
Région – Québec	23,0 %	550	22,9 %	550	22,9 %	536	22,3 %
Région – Ontario/Nunavut	38,7 %	800	33,3 %	800	33,3 %	932	38,8 %
Région – Prairies/TNO	17,6 %	480	20,0 %	480	20,0 %	426	17,8 %
Région – CB/Yukon	14,0 %	310	12,9 %	310	12,9 %	342	14,2 %
Genre – homme	48,8 %	1 171	48,8 %	1 218	50,8 %	1 154	48,1 %
Genre – femme	51,2 %	1 229	51,2 %	1 155	48,1 %	1 219	50,8 %
Âge – 18-24	10,1 %	242	10,1 %	75	3,1 %	221	9,2 %
Âge – 25-34	16,6 %	398	16,6 %	290	12,1 %	423	17,6 %
Âge – 35-49	24,2 %	581	24,2 %	439	18,3 %	577	24,0 %
Âge – 50-64	25,5 %	612	25,5 %	568	23,7 %	616	25,7 %
Âge – 65+	23,6 %	566	23,6 %	1 017	42,4 %	552	23,0 %

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	154 704
Nombre total de numéros non valides	60 172
B. Nombre total d'appels non résolus (NR)	78 282
Pas de réponse, répondeur	78 282
C. Unités admissibles non répondantes (UA)	13 719
Barrière linguistique	419
Impossibilité de répondre au sondage (malade/décédé)	68
Rappel (répondant non disponible)	1 118
Refus de répondre	11 401
Mis fin à l'appel	582
D. Unités répondantes (UR)	2 531
Quota atteint/non réalisé	89
Entrevues achevées	2 400
Disqualifié – le répondant est âgé de moins de 18 ans	25
Disqualifié – province refusée	17
Taux de réponse arrondi : $UR \div (NR + UA + UR) = 2\,571 \div (61\,742 + 15\,359 + 2\,571)$	2,7
Incidence	94,8

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/TNO	480	± 4,5 %	± 6,3 %
CB/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 23 sondages-tests en anglais et de 20 sondages-tests en français ont été effectués dans l'ensemble des deux publics cibles, ce qui comprend plus précisément 13 répondants des PME et 30 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 10 novembre 2023 au 11 janvier 2024. 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, 1 580 sondages ont été soumis par les répondants (770 par les PME et 810 par les intermédiaires fiscaux). En moyenne, les répondants ont pris environ 9 minutes pour répondre au sondage. Une approche d'échantillonnage non probabiliste a été mise en œuvre, étant donné

que l'étude devait être menée auprès de répondants faisant partie d'un panel en ligne d'entreprises canadiennes. En raison de leur nature même, ces panels ne sont pas probabilistes étant donné qu'ils n'incluent que des gens qui ont décidé eux-mêmes de devenir membres, et que ce ne sont pas tous les membres du public cible qui sont admissibles à participer au panel qui en font effectivement partie.

Étant donné que cette méthode de sondage en ligne a eu recours à un échantillon non probabiliste, les données recueillies ne peuvent pas être extrapolées à l'ensemble des populations de PME et d'intermédiaires fiscaux canadiens. Des quotas minimaux ont été établis pour les régions afin d'assurer une représentation solide des sondages remplis dans l'ensemble du pays, tout en respectant le fait que les plus grandes proportions d'organismes cibles proviennent des provinces et des régions les plus peuplées du pays.

Petites et moyennes entreprises :

Région	Quotas cibles (n=)	Quotas cibles (%)	Sondages réalisés (données non pondérées) [n=]	Sondages réalisés (données non pondérées) [%]
Canada atlantique	55	7 %	55	7 %
Québec	185	23 %	175	23 %
Ontario (Nunavut)	270	34 %	287	37 %
Ouest du Canada	265	33 %	252	33 %
Territoires/National	25	3 %	2	< 1 %

Intermédiaires fiscaux :

Région	Quotas cibles (n=)	Quotas cibles (%)	Sondages réalisés (données non pondérées) [n=]	Sondages réalisés (données non pondérées) [%]
Canada atlantique	55	7 %	56	7 %
Québec	185	23 %	193	24 %
Ontario (Nunavut)	270	34 %	287	35 %
Ouest du Canada	265	33 %	266	33 %
Territoires/National	25	3 %	5	< 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 %	455	59 %
De 5 à 99	320	40 %	293	38 %
Plus de 100	30	4 %	22	3 %

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 | CONTINUEZ |
| 2 | Non | |

SG-4. [POSER LA QUESTION SG-4 SEULEMENT SI LA RÉPONSE À LA QUESTION SG-3 EST « OUI »] Êtes-vous dans un environnement qui vous permet de continuer aisément à répondre à ce sondage?

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

- | | | |
|---|-----|-----------------------------|
| 1 | Oui | CONTINUEZ |
| 2 | Non | REMETTEZ À PLUS TARD |

Ce sondage est mené au nom du gouvernement du Canada. La participation est volontaire et votre décision d'y participer ou non n'aura aucune incidence sur votre relation avec le gouvernement. Cet appel peut être écouté ou enregistré aux fins de contrôle de la qualité.

AU BESOIN : Si vous avez des questions au sujet de ce sondage ou si vous souhaitez vérifier la légitimité de cette recherche, vous pouvez communiquer avec **Krista Holmes** au **343-551-6112** ou visitez canada.ca/arc-por.

PG-1. Merci d'avoir accepté de participer. Nos premières questions visent à nous assurer que les résultats de notre étude soient représentatifs de tous les Canadiens et Canadiennes. Pour commencer, à quel genre vous identifiez-vous ...:

LISEZ LES QUATRE RÉPONSES EN ORDRE [ACCEPTER UN SEUL CODE]

[ASSUREZ-VOUS QUE L'OBJECTIF DE REPRÉSENTATION ÉQUILBRÉE DES GENRES EST ATTEINT]

- 01 – Homme
- 02 – Femme
- 03 – Autre, veuillez préciser
- 04 - Préfère ne pas répondre

PG-2. En quelle année êtes-vous né(e)?

[ASSUREZ-VOUS QUE LES CIBLES RELATIVES À L'ÂGE SONT ATTEINTES]

98 – ACCEPTER LES QUATRE CHIFFRES DE L'ANNÉE

99 – Refuse de répondre

PG-3. [SI PG-2=REFUSÉ] Pourriez-vous choisir la catégorie d'âge à laquelle vous appartenez ?
LISEZ LA LISTE – PAUSE APRÈS CHAQUE POUR PERMETTRE AU RÉPONDANT DE RÉPONDRE

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

- 01 – 18 à 24
- 02 – 25 à 34
- 03 – 35 à 49
- 04 – 50 à 64
- 05 – 65 ans ou plus
- 99 – Refusé

PG-4. Dans quelle province ou quel territoire vivez-vous? **NE LISEZ PAS LES RÉPONSES**

[ACCEPTER UN SEUL CODE]

- 01 Colombie-Britannique
- 02 Alberta
- 03 Saskatchewan
- 04 Manitoba
- 05 Ontario
- 06 Québec
- 07 Nouveau-Brunswick
- 08 Nouvelle-Écosse
- 09 Île-du-Prince-Édouard
- 010 Terre-Neuve et Labrador
- 011 Yukon
- 012 Territoires du Nord-Ouest
- 013 Nunavut
- 99 Refusé

Impressions générales de l'ARC

BG-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
- f) L'ARC facilite le processus de production de mes déclarations de revenus
- h) L'ARC est serviable
- i) **[ÉCHANTILLON FRACTIONNÉ]** L'ARC traite les contribuables équitablement [dans leurs interactions avec eux]
- l) J'ai confiance que l'ARC traitera mes renseignements personnels de manière appropriée
- m) L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux
- n) L'Agence traite tout le monde de la même façon
- o) 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, où 1 signifie que vous êtes tout à fait en désaccord et 10 signifie que vous êtes tout à fait en accord, quelle cote donneriez-vous aux énoncés suivants sur l'ARC selon vos impressions générales :

[PRÉSENTEZ LES ÉNONCÉS ALÉATOIREMENT - AUTORISER UN SEUL CODE]

[INSTRUCTION DU PROGRAMMATEUR : afficher sous forme de grille]

[Lignes]

- 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) **[ÉCHANTILLON FRACTIONNÉ]** L'ARC traite les contribuables équitablement [dans leurs interactions avec eux]
- 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 À5, 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.

ACCEPTÉZ 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.