



Canada Revenue
Agency

Agence du revenu
du Canada

Étude relative à l'observation en matière de production des déclarations de la TPS/TVH (2024)

Résumé exécutif

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada

Nom du fournisseur : Earncliffe Strategy Group

Numéro de contrat : CW2344161

Valeur du contrat : 114 960,55 \$

Date d'attribution : 4 janvier 2024

Date de livraison : 20 septembre 2024

Numéro d'enregistrement : POR 112-23

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

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

Canada

This report is also available in English.

Étude relative à l'observation en matière de production des déclarations de la TPS/TVH (2024)

Résumé exécutif

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada

Nom du fournisseur : Earnscliffe Strategy Group
Septembre 2024

Ce rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage en ligne et d'entrevues approfondies menés par Earnscliffe Strategy Group au nom de l'Agence. La recherche quantitative a été menée du 6 au 24 mai 2024 et la recherche qualitative a été menée du 30 juillet au 5 septembre 2024.

This publication is also available in English under the title : GST/HST Filing Compliance Study (2024)

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

Agence du revenu du Canada
555, avenue Mackenzie, 4^e étage
Ottawa (Ontario) K1A 0L5

Numéro de catalogue : Rv4-210/2025F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-75528-1

Publications connexes (numéro d'enregistrement : POR 112-23) : GST/HST Filing Compliance Study (2024)

Numéro de catalogue : Rv4-210/2025E-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-75527-4

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par la ministre du Revenu national, 2024.

Résumé exécutif

Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) est heureux de présenter ce rapport à l’Agence du revenu du Canada résumant les résultats de la recherche quantitative et qualitative entreprise pour comprendre l’observation en matière de production de la TPS/TVH.

À de rares exceptions près, les contribuables et les entreprises doivent s’inscrire à un compte de la TPS/TVH s’ils effectuent des ventes taxables ou d’autres fournitures au Canada, et qu’ils dépassent le seuil des petits fournisseurs de 30 000 \$. De plus, les inscrits à la TPS/TVH sont tenus de produire des déclarations de renseignements et de verser toute taxe payable pour les périodes de déclaration mensuelles, trimestrielles ou annuelles, habituellement déterminées sur les revenus imposables annuels estimatifs de l’inscrit.

Des recherches antérieures indiquent que l’inobservation en matière de production est plus élevée chez les entreprises qui sont en activité depuis moins de cinq ans par rapport à celles qui sont en activité depuis plus de cinq ans.

Dans son rapport de 2021 sur la Subvention salariale d’urgence du Canada (SSUC), le Bureau du vérificateur général (BVG) a souligné l’écart dans les données en raison de l’inobservation en matière de production de la TPS/TVH, ce qui a limité la capacité de l’Agence à valider l’admissibilité des demandeurs à la SSUC. Par la suite, le BVG a recommandé que l’Agence « intensifie ses efforts en matière d’observation fiscale pour la TPS/TVH afin de s’assurer qu’elle dispose des renseignements nécessaires pour effectuer les validations pour les programmes qu’elle administre ». L’Agence a accepté cette recommandation.

Des recherches quantitatives et qualitatives étaient nécessaires pour aider l’Agence à mieux comprendre les raisons pour lesquelles certaines entreprises ne respectent pas leurs obligations en matière de TPS/TVH. La recherche visait à obtenir un aperçu de la façon dont les entreprises comprennent leurs obligations fiscales liées à la production de la TPS/TVH, à comprendre pourquoi certains inscrits à la TPS/TVH ne produisent pas de déclarations ou ont de la difficulté à produire des déclarations, et à cerner les problèmes ou les défis potentiels qui pourraient nuire à la capacité des entreprises à respecter leurs obligations en matière de production de la TPS/TVH. Les résultats permettront à l’Agence de renforcer l’observation globale des obligations en matière de production de la TPS/TVH en fournissant des renseignements sur les attitudes, les comportements et les défis des petites et moyennes entreprises.

La valeur totale du contrat du projet à plusieurs étapes était de 114 960,55 \$ (TVH incluse).

Pour atteindre les objectifs de recherche, Earnscliffe a mené un projet de recherche quantitative et qualitative en deux phases.

La recherche a commencé par une phase de recherche quantitative impliquant un sondage en ligne auprès de 677 décideurs principaux d’entreprises dont les recettes annuelles sont inférieures à 25 millions de dollars. Le sondage a été mené entre le 6 et le 24 mai 2024 et en moyenne 10 minutes étaient nécessaires pour le remplir.

Notre sous-traitant des travaux sur le terrain pour la partie quantitative était Leger et il utilisait son panneau de participation. Les répondants sont sélectionnés parmi ceux qui se sont portés volontaires ou qui se sont inscrits pour participer à des sondages en ligne. Étant donné que l’échantillon est fondé sur ceux qui ont initialement choisi de participer à un sondage, les résultats ne peuvent pas être décrits comme pouvant être projetés sur le plan statistique à la population cible.

La deuxième phase de la recherche était qualitative et comprenait des entrevues approfondies avec 20 représentants de petites entreprises dont le revenu annuel est inférieur à 25 millions de dollars (recrutés à partir du sondage initial) et 15 fiscalistes. Les entrevues ont été menées entre le 30 juillet et le 5 septembre 2024 et duraient en moyenne 30 minutes. Les participants qualitatifs ont également reçu des incitatifs de 300 \$ par participant pour les remercier de leur temps.

Il est important de noter que la recherche qualitative est une forme de recherche scientifique, sociale, politique et sur l'opinion publique. La recherche sur les groupes de discussion et les entrevues vise à obtenir l'ensemble des idées, des attitudes, des expériences et des opinions d'un échantillon sélectionné de participants sur un sujet défini. En raison du petit nombre de personnes impliquées, on ne peut s'attendre à ce que les participants soient parfaitement représentatifs dans un sens statistique de la population plus importante à partir de laquelle ils sont tirés et les constatations ne peuvent pas être généralisées de façon fiable au-delà de leur nombre.

Les principales constatations de cette recherche sont présentées ci-dessous en fonction de la recherche quantitative initiale avec des pourcentages déclarés avec les idées de la recherche qualitative de suivi insérée à divers points. Lorsqu'on discute des résultats du sondage, le terme « répondant » est utilisé de façon prédominante tout au long du document et les résultats sont présentés au passé, tandis que les discussions sur les renseignements qualitatifs utilisent le terme « participant » et les résultats sont présentés au passé.

Les principales constatations peuvent être résumés comme suit :

Impression et expérience des obligations fiscales générales

- Presque tous les représentants d'entreprises estiment qu'ils sont certains qu'ils produisent systématiquement les déclarations de revenus de leur entreprise comme il se doit (92 %) et que leur connaissance des obligations fiscales de leur entreprise est élevée (92 %); toutefois, ils sont moins nombreux à exprimer la même positivité à l'égard du processus de production de ces déclarations de revenus : six répondants sur dix (60 %) estiment qu'il est stressant et 61 % estiment qu'il est compliqué.
- Toutefois, les recherches, tant quantitatives que qualitatives, suggéraient que les nouvelles entreprises n'étaient pas aussi familières que l'on pourrait espérer et que la sensibilisation et la compréhension des obligations fiscales seraient avantageuses et bienvenues de la part de l'Agence.
- De plus, la phase qualitative a démontré que la source fondamentale de stress, et ce qui suscite des sentiments de doute et d'incertitude, semblait être liée à un malaise général et à une crainte de l'Agence.
- Avec les conseillers fiscaux professionnels (49 %), les publications de l'Agence (52 %) et les pages sur l'impôt sur Canada.ca (47 %) sont les principales sources qui tiennent les entreprises au courant de leurs obligations fiscales.

Connaissance, compréhension et expérience de la perception, de la production et du versement de la TPS/TVH

- La plupart des représentants d'entreprises affirment qu'ils connaissent leurs obligations en matière de TPS/TVH (88 %), même si la mise à l'essai des faits et des mythes au sujet de la TPS/TVH dans les deux sondages et les constatations qualitatives suggèrent qu'il est possible d'accroître l'éducation.
- Un nombre semblable (81 %) indique que leur entreprise est inscrite à un compte de la TPS/TVH.
- Une entreprise sur six (17 %) indique qu'elle n'a pas produit sa déclaration de la TPS/TVH (au moins une fois) depuis son inscription, et un plus grand nombre d'entre elles affirment qu'il y a des obstacles importants qui les empêchent de percevoir (27 %) et de verser (25 %) ou produire (23 %) une déclaration de la TPS/TVH.
- En effet, les constatations qualitatives ont mis en évidence le fait que certaines parties du processus étaient plus faciles ou plus difficiles que d'autres. Cela a été aggravé par le stress que certains associent aux obligations fiscales et à l'Agence, plus généralement, et a expliqué certains des comportements que nous remarquons ci-dessous, où certaines entreprises

procrastinent, arrêtent de répondre et, par conséquent, ne respectent pas leurs obligations fiscales.

- Sur le plan qualitatif, le processus d'inscription a été désigné comme un secteur qui pourrait être amélioré. Les personnes interrogées ont trouvé le processus confus, surtout la séquence des étapes, l'incidence d'un faux pas et la dépendance à l'égard des représentants des entreprises pour effectuer le processus de façon indépendante. Pour les fiscalistes, il a été particulièrement difficile de tenter d'obtenir une autorisation pour les comptes de leurs clients.
- En ce qui concerne la préparation de leur déclaration de la TPS/TVH, les défis et les obstacles les plus courants sont la collecte de factures et de reçus (25 %), la tenue à jour ou la compréhension des obligations (23 % et 20 %, respectivement) et la complexité des formulaires/documents (21 %).
- En comparaison, les défis et les obstacles les plus courants associés à la production des déclarations de la TPS/TVH sont le manque de temps (21 %), la difficulté à payer ce qui est dû (18 %) et la difficulté à naviguer dans le système de production en ligne (16 %).
- La phase qualitative a mis en évidence le fait que la plupart des représentants d'entreprises et des fiscalistes n'étaient pas très surpris par les défis et les obstacles fournis (du point de vue de la préparation et de la production de déclarations), même s'ils ont remis en question la validité des obstacles.
- La plupart des plaintes soulevées avaient tendance à porter sur les problèmes d'accès au portail Mon dossier d'entreprise de l'Agence, le format des renseignements et la langue utilisée sur les pages de l'impôt de Canada.ca, les changements fréquents apportés aux obligations et le manque d'introduction et de description en ce qui a trait à leur incidence au moment de produire une déclaration.
- Un peu moins de la moitié des répondants versent également leur déclaration de TPS/TVH tous les trimestres (47 %), tandis qu'environ le tiers le font chaque année (34 %) et 13 % le font tous les mois.
- Les fréquences de versement reflètent celles des déclarations de revenus. Un peu moins de la moitié des répondants versent et remplissent également leur déclaration de TPS/TVH tous les trimestres (45 %), tandis qu'environ le tiers le font chaque année (31 %) et 13 % le font tous les mois.
- Les constatations qualitatives suggéraient que la partie la plus difficile du processus de versement était liée à l'éventail des options de paiement disponibles, y compris certaines omissions évidentes des institutions financières, qui semblaient toutes être liées à différents services et redirigées depuis le site Web de l'Agence, qui a été perçu avec scepticisme d'un point de vue de la sécurité des données.
- De plus, en ce qui concerne les contraintes et les défis liés aux coûts et aux finances soulevés dans le sondage, les personnes interrogées ont expliqué qu'elles croient que les nouvelles entreprises ne donnent pas la priorité à leurs obligations fiscales et qu'elles ne comprennent pas que la TPS/TVH n'est pas de l'argent ajouté à une facture il s'agit d'argent qui n'appartient pas à l'entreprise.

Expérience avec l'Agence

- Quatre répondants sur dix (40 %) affirment avoir vu, lu ou entendu des messages de l'Agence au cours de la dernière année, le plus souvent par la poste (49 %), les médias sociaux de l'Agence (34 %) ou les pages d'impôt sur Canada.ca (28 %).
- Plus de sept représentants d'entreprises sur dix (72 %) affirment avoir communiqué avec l'Agence au cours de la dernière année (sauf aux fins de production de déclarations) – 36 % l'ont fait par téléphone et 35 % en ligne. Une majorité (42 %) affirment avoir communiqué avec l'Agence au sujet de la TPS/TVH.
- La satisfaction à l'égard de cette personne-ressource de l'Agence au sujet de la TPS/TVH est élevée; lorsqu'on leur a montré une liste d'énoncés positifs au sujet de ces interactions, de fortes majorités étaient d'accord avec chacun d'eux (entre 65 % et 78 %), indiquant que leurs questions avaient été répondues, que les renseignements qu'ils avaient reçus étaient complets et clairs, et qu'ils n'avaient pas besoin de chercher des ressources supplémentaires après la communication avec l'Agence, que le temps nécessaire pour obtenir des renseignements était acceptable et qu'ils étaient satisfaits de leur expérience dans l'ensemble.

- Sur le plan qualitatif, la plupart des personnes interrogées ont eu des raisons de communiquer avec l'Agence, ce qui est habituellement fait par téléphone. Bien que l'expérience ait été décrite comme étant beaucoup trop longue, bon nombre des interactions ont été décrites comme étant agréables et utiles, mais pas systématiquement, avec des différences dans les connaissances, le comportement et le suivi d'un représentant à l'autre.
- Les trois quarts des entreprises sont inscrites à Mon dossier d'entreprise de l'Agence, et presque toutes les entreprises (86 %) qui l'ont fait sont satisfaites du service.
- Parmi ces dernières (73 % dans l'ensemble), les fonctions liées à la TPS/TVH les plus couramment utilisées dans Mon dossier d'entreprise sont la production d'une déclaration (58 %) et la consultation du solde d'une entreprise (50 %).
- Les entrevues ont suggéré que l'Agence pourrait mieux utiliser Mon dossier d'entreprise en envoyant des alertes et des avis sur les dates limites de production ou de paiement à venir; en ayant un résumé ou un tableau de bord à l'écran d'accueil avec un aperçu des renseignements sur le compte et des échéances (surtout pour les fiscalistes); et en hébergeant des vidéos et des tutoriels utiles sur les différents éléments liés à l'observation de la TPS/TVH.
- La majorité des représentants d'entreprises qui ont visité les pages de l'impôt sur Canada.ca pour obtenir des renseignements sur la TPS/TVH (64 % dans l'ensemble disent l'avoir fait) croient qu'il est facile de trouver ces renseignements (75 %) et affirment qu'au moins une partie de leurs besoins en matière d'information ont été satisfaits par ces pages (55 %).

Entreprise de recherche : Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe)

Numéro de contrat : 46558-253566

Valeur du contrat : 114 960,55 \$

Date d'attribution du contrat : 4 janvier 2024

J'atteste par la présente, à titre de représentant d'Earnscliffe Strategy Group, que les produits livrables finaux sont entièrement conformes aux exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus précisément, les produits livrables ne comprennent aucun renseignement sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions ou l'évaluation du rendement d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signé :



Stephanie Constable
Partenaire, Earnscliffe

Date : Le 20 septembre 2024