



Canada Revenue
Agency

Agence du revenu
du Canada

Rapport de Méthodologie: Étude sur l'expérience de service et les résultats de l'Agence du revenu du Canada en 2019

Sommaire



Préparé pour: Agence du revenu du Canada

Nom de fournisseur : Ipsos Limited Partnership

Numéro du contrat : 46558-208879/001/C

Valeur du contrat : 90 907.25 \$ (TVH comprise)

Date d'octroi du contrat : 20 août 2019

Date de livraison : 23 mars 2020

Numéro d'enregistrement : POR 044-19

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le présent rapport, veuillez communiquer avec l'Agence à l'adresse : cra-arc.media@cra-arc.gc.ca

This report is also available in English

Canada

Étude sur l'expérience de service et les résultats de l'Agence du revenu du Canada en 2019 – Rapport de Méthodologie

Sommaire

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada (ARC) par Ipsos Limited Partnership
Mars 2020

Le présent rapport de méthodologie de la recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage téléphonique et électronique mené par Ipsos pour le compte de l'Agence du revenu du Canada (ARC). L'étude a été menée d'août à décembre 2019 auprès des déclarants et des intermédiaires fiscaux canadiens.

Cette publication est aussi disponible en anglais sous le titre : 2019 Service Experience and Canadian Revenue Agency's Outcomes Research Study: Methodology Report.

Permission de reproduire

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales uniquement. Une autorisation écrite doit être obtenue au préalable auprès de l'ARC. Pour en savoir plus sur ce rapport, veuillez communiquer avec l'Agence du revenu du Canada à l'adresse : cra-arc.media@cra-arc.gc.ca.

Numéro de catalogue : Rv4-139/2020F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-35156-8

Publications connexes (numéro d'enregistrement) : ROP 044-19

Numéro de catalogue : Rv4-139/2020E-PDF (Sommaire, anglais)

ISBN: 978-0-660-35155-1

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre du Revenu national,
2020

Table des matières

TABLE DES MATIÈRES..... 3
ATTESTATION DE NEUTRALITÉ POLITIQUE..... 4
RAPPORT SOMMAIRE 5
 BUT ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE 5
 MÉTHODOLOGIE..... 5

Attestation de neutralité politique

J'atteste, par la présente, à titre d'agent principal d'Ipsos, que les produits livrables se conforment entièrement aux exigences en matière de neutralité politique du gouvernement du Canada énoncées dans la Politique de communication du gouvernement du Canada et dans la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique.

Plus précisément, les produits livrables ne comprennent pas d'information sur les intentions de vote électoral, les préférences quant aux partis politiques, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "M. Colledge". The signature is stylized and written in a cursive-like font.

Mike Colledge
Président
Affaires publiques Ipsos

Rapport sommaire

But et objectifs de l'étude

L'Agence du revenu du Canada (ARC) mène une étude primaire auprès des contribuables canadiens et des intermédiaires fiscaux pour déterminer les facteurs associés à l'expérience des clients et pour comprendre son rôle dans l'atteinte des résultats ultimes de l'ARC, à savoir la satisfaction, la confiance et l'observation volontaire. Un modèle théorique comprenant des analyses psychométriques et statistiques avancées, élaboré à l'interne par le Centre d'expertise de la mesure du rendement (CEMR) de l'ARC, sera utilisé. Ce modèle théorique est conçu pour répondre aux besoins particuliers de l'ARC, et les résultats du sondage fourniront des renseignements essentiels sur la mesure du rendement qui correspondent au Cadre ministériel des résultats (CMR) de l'ARC.

Ipsos a été mandatée pour procéder à la collecte et à la tabulation des données conformément aux procédures du gouvernement en matière de recherche sur l'opinion publique. Ce projet est une commande subséquente à l'offre à commandes pour les services de recherche sur l'opinion publique, série A (recherche sur le terrain et tabulation des données liées aux sondages en ligne) et série B (recherche sur le terrain et tabulation des données liées aux sondages téléphoniques).

Méthodologie

L'étude consiste en des sondages quantitatifs menés par téléphone et en ligne. Le groupe 1 – Particuliers déclarants T1 et les groupes 2a et 2 b – Entreprises ont été joints par téléphone à l'aide d'une liste d'échantillonnage fournie par l'ARC. Le groupe 3 – Intermédiaires fiscaux a été joint au moyen d'un panel en ligne (échantillon non probabiliste).

L'étude a été menée auprès des sous-groupes de clients suivants :

- **Groupe 1. Particuliers déclarants T1** qui ne tirent aucun revenu d'entreprise – **n total = 405**
- **Groupe 2. Entreprises** – **n total = 400** (composé de n = 200 déclarants T1 dont le revenu d'entreprise est de 30 000 \$ ou plus et de n = 200 déclarants T2 qui ont une entreprise constituée en société, active et sans limite monétaire [tant que le revenu n'est pas nul])
- **Groupe 3. Intermédiaires fiscaux** (fiscalistes) qui préparent des déclarations de revenus pour les déclarants T1 et T2 – **total n = 205**.
- **ÉCHANTILLON TOTAL = n = 1 010**

Ce projet a été mené en deux vagues, car les élections fédérales ont interrompu le travail sur le terrain (dépôt du bref le 11 septembre 2019). La première vague a été menée du 28 août au 11 septembre 2019. La deuxième vague s'est déroulée du 22 novembre au 30 décembre 2019.

Le sondage a été mené en anglais et en français.

Utilisation des résultats

Le CEMR utilisera les résultats aux fins suivantes : 1) déterminer les facteurs qui devraient être pris en compte pour améliorer l'expérience de service, 2) analyser l'effet de l'amélioration de

chacun d'eux sur l'expérience des clients et les résultats ultimes de l'ARC, 3) produire des rapports contenant des recommandations stratégiques à la haute direction et 4) élaborer des indicateurs de rendement significatifs à l'aide d'une méthodologie scientifique rigoureuse.

Plus précisément, les données permettront à l'ARC : 1) de déterminer la mesure dans laquelle chaque facteur contribue à façonner l'expérience des clients, 2) d'établir l'apport de l'expérience des clients à l'atteinte des résultats ultimes de l'ARC et 3) d'isoler et de quantifier l'effet de facteurs externes, comme l'ACS+.

Pour la première fois, l'ARC disposera d'une mesure et d'une évaluation du rendement des services qui lui permettront de cibler de façon stratégique les points à améliorer.

Mesure dans laquelle les résultats peuvent être extrapolés à un public plus large

Les données du groupe 1 – Particuliers déclarants T1 et du groupe 2a – Déclarants T1 ayant un revenu d'entreprise de 30 000 \$ ou plus ont été pondérées pour représenter leurs populations respectives selon l'âge, le sexe et la région, en fonction des proportions moyennes de la liste échantillon fournie pour les années d'imposition 2017 et 2018. Les données sont représentatives selon l'âge, le sexe et la région.

Les données pour le groupe 2 b – Déclarants T2 ayant une entreprise constituée en société, active et sans limite monétaire (tant que le revenu n'est pas nul) n'ont pas été pondérées, puisque les proportions se situent à un point de pourcentage du Recensement de la population de Statistique Canada. Les données sont représentatives par région.

Les données du groupe 3 – Intermédiaires fiscaux n'ont pas été pondérées, puisque le sondage a été mené en ligne selon une méthode d'échantillonnage non probabiliste. Les données ne sont pas représentatives de tous les intermédiaires fiscaux au Canada.

La valeur du contrat pour ce projet était de 90 907,25 \$ (TVH comprise).