



Agence du revenu
du Canada

Canada Revenue
Agency

Comprendre l'expérience de production des déclarations de revenus des Autochtones (2022)

Résumé exécutif

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada

Nom du fournisseur : Earnscliffe Strategy Group

Numéro du contrat : 46637-238257/001/CY

Valeur du contrat : 221 903,35 \$

Date d'attribution : 21 mars 2022

Date de livraison : 26 octobre 2022

Numéro d'inscription : POR 139-21

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

This report is also available in English.

Canada

Comprendre l'expérience de production des déclarations de revenus des Autochtones (2022)

Résumé exécutif

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada

Nom du fournisseur : Earnscliffe Strategy Group
Octobre 2022

Le présent rapport de recherche sur l'opinion publique présente les résultats d'un sondage en ligne, de groupes de discussion et d'entrevues approfondies avec les peuples autochtones menés par le Earnscliffe Strategy Group au nom de l'Agence du revenu du Canada. La recherche quantitative a été menée de mai à juillet 2022 et la recherche qualitative a été menée de septembre à octobre 2022.

This publication is also available in English under the title: Understanding Indigenous Experience with Tax Filing (2022).

Cette publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès de l'Agence du revenu du Canada. 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 : Rv4-163/2-2023F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-46066-6

Publications connexes (numéro d'inscription : POR 139-21)

Numéro de catalogue : Rv4-163/2-2023E-PDF (Final report, English)

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-46064-2

Résumé exécutif

Le Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) est heureux de présenter ce rapport à l'Agence du revenu du Canada qui résume les résultats de recherche quantitative et qualitative entreprise pour mieux comprendre les expériences de production des déclarations de revenus des peuples autochtones.

L'Agence vise à fournir aux Canadiens une expérience de service harmonieuse, empathique et axée sur la clientèle. La philosophie « Les gens d'abord » de l'Agence favorise et encourage l'utilisation d'une approche empathique, y compris les outils dans ses programmes connexes, ses processus et ses interactions avec les clients de l'Agence. Cela peut aider à améliorer la prestation de services et à accroître la satisfaction de la clientèle, ce que l'Agence vise à atteindre dans le cadre de cette étude de recherche, plus particulièrement auprès des groupes autochtones. Dans le cadre de cet objectif, l'Agence cherche à mieux comprendre les perceptions et les hésitations à l'égard de l'interaction avec l'Agence et de la production de déclarations de revenus, et elle a recours à des stratégies pour aider à remédier à ces problèmes et à accroître les taux de production et d'utilisation des prestations pour les groupes autochtones.

Afin de s'assurer que les particuliers, les entreprises et les gouvernements autochtones sont en mesure de participer pleinement au régime fiscal et de prestations du Canada, l'Agence étudie les obstacles ou les variables qui pourraient influencer sur la participation des peuples autochtones au régime.

Bien qu'un projet d'opinion publique semblable ait été mené en 2017, les activités de visibilité de l'Agence ont changé au cours des années qui ont suivi, notamment pendant la pandémie de COVID-19. De plus, la lettre de mandat supplémentaire de la ministre du Revenu national souligne l'importance de la prise de décisions fondées sur des données probantes et de l'amélioration de la qualité et de la disponibilité de données ventilées, en particulier pour aborder les inégalités systémiques, y compris le racisme systémique, les préjugés inconscients et les inégalités auxquels sont confrontées toutes les populations vulnérables.

Des recherches étaient nécessaires pour que l'Agence puisse mieux servir et informer les peuples autochtones afin qu'ils puissent participer pleinement à l'administration de l'impôt et des prestations de l'Agence. L'objectif de la recherche était de recueillir des renseignements sur l'expérience des peuples autochtones lorsqu'ils interagissent avec les services de production de déclarations de revenus de l'Agence et sur l'accès subséquent aux crédits et aux prestations.

La valeur totale du contrat du projet à plusieurs étapes était de 221 903,35 \$ (taxe de vente harmonisée [TVH] incluse).

Pour atteindre les objectifs de recherche, Earnscliffe a réalisé un projet de recherche en deux étapes. La première étape consistait à mener des sondages en ligne auprès des personnes suivantes :

- 1 122 répondants Premières Nations;

- 553 répondants Métis; et
- 67 répondants Inuits.

À la demande des participants, le sondage en ligne a été effectué par téléphone pour 42 répondants. Les sondages ont été menés entre le 30 mai 2022 et le 1^{er} juillet 2022, en anglais et en français. En moyenne, il a fallu 12 minutes pour répondre au sondage.

Le sous-traitant des travaux sur le terrain pour la partie quantitative était Decision Point, qui a utilisé son panel exclusif en ligne des peuples autochtones au Canada. Les répondants au sondage en ligne ont été sélectionnés parmi ceux qui se sont portés volontaires pour participer à des sondages en ligne par l'intermédiaire de ce panel à participation volontaire.

La deuxième étape de la recherche était de nature qualitative et comprenait des groupes de discussion en ligne et des entrevues approfondies. Pour commencer, onze groupes de discussion en ligne avec des peuples autochtones ont été organisés dans l'ensemble du Canada du 20 au 26 septembre 2022. Pour chaque groupe, huit participants ont été recrutés. Les participants ont été désignés dans des groupes en fonction de la langue, de la province ou du territoire dans lequel ils résidaient, du fait qu'ils vivent dans une réserve ou hors réserve (s'ils étaient membres des Premières Nations) et de leur statut d'emploi (c.-à-d. travailleur indépendant ou autre emploi).

Dix (10) entrevues approfondies ont également été menées auprès des peuples autochtones du Canada qui vivent dans des régions éloignées où le manque d'accès à la technologie les empêcherait de participer aux groupes de discussion. Ces entrevues ont été menées par téléphone dans l'une ou l'autre des langues officielles, au choix des participants. Les entrevues ont été menées entre le 20 septembre et le 17 octobre 2022.

Pour la composante qualitative du projet, les participants ont reçu un incitatif financier en reconnaissance de leur temps. Dans le rapport de recherche intégral, l'annexe B fournit plus de détails sur la façon dont les groupes ont été recrutés, tandis que l'annexe E fournit le guide de discussion utilisé pour animer le groupe de discussion et les entrevues approfondies, et l'annexe D fournit le sélectionneur utilisé pour recruter les groupes de discussion et les entrevues approfondies.

Les répondants au sondage en ligne ont été choisis 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 les personnes qui se sont initialement sélectionnées elles-mêmes pour participer au groupe de discussion, les résultats de ces sondages ne peuvent pas être décrits comme extrapolables à la population cible sur le plan statistique.

Il est important de noter que pour les groupes de discussion et les entrevues, la recherche qualitative est une forme de recherche scientifique, sociale, de politique et d'opinion publique. La recherche au moyen des groupes de discussion et des entrevues n'est pas conçue pour aider un groupe à parvenir à un consensus ou à prendre des décisions, mais plutôt pour obtenir l'ensemble des idées, des attitudes, des expériences et des opinions d'un échantillon sélectionné de participants sur un sujet défini. Contrairement aux résultats du sondage, en raison du petit nombre de personnes impliquées dans la composante qualitative de la recherche, 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 manière 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. Lorsque les résultats du sondage sont abordés, le terme « répondant » est habituellement utilisé, tandis que les discussions sur les renseignements qualitatifs utilisent habituellement le terme « participant ».

En ce qui concerne la transmission des résultats du sondage, dans les cas où des échelles de 10 points ont été utilisées, les résultats indiquant un fort accord sont décrits pour les cotes 8 à 10, et un fort désaccord pour les cotes 1 à 3. Les cotes de réponse neutre ou moyenne sont présentées pour les cotes 4 à 7, sauf indication contraire dans les cas où les cotes de 7 points ont été regroupées avec l'accord et les cotes de 4 points avec le désaccord.

Expérience de la production de déclarations de revenus

- Les deux tiers des répondants au sondage (64 %) affirment avoir produit leur déclaration de revenus au cours de la dernière année, avec beaucoup moins de répondants ayant produit leurs déclarations de revenus il y a deux à quatre ans (11 %), il y a plus de quatre ans (3 %) ou de ne jamais avoir produit de déclaration avant (2 %).
- Les trois quarts (77 %) des répondants produisent leur déclaration de revenus en ligne, tandis que 18 % le font par la poste. Les répondants Inuits étaient les moins susceptibles de produire leur déclaration de revenus en ligne (57 %) et les plus susceptibles de produire leur déclaration par la poste (33 %). Les résultats de la recherche qualitative suggèrent que les quelques personnes qui produisent leur déclaration de façon indépendante sans l'aide d'un professionnel de l'impôt le font par voie électronique à l'aide d'un logiciel d'impôt. Les participants ont indiqué que, même s'ils trouvent les logiciels extrêmement utiles et faciles à utiliser, certains se sont plaints du coût.
- Trois répondants sur cinq (61 %) ont reçu de l'aide pour produire leur dernière déclaration de revenus, et plus de trois répondants sur dix ont reçu de l'aide d'un comptoir d'impôts gratuit (36 %) ou d'un préparateur de déclarations de revenus escompteur (31 %). En revanche, un tiers des répondants (34 %) ont préparé leurs déclarations de revenus par eux-mêmes. Les résultats de la recherche qualitative ont démontré que la majorité des répondants choisissent de demander de l'aide pour la production de déclarations de revenus, car ils trouvent le processus de production de leurs déclarations de revenus difficile, ou parce qu'ils craignent des conséquences négatives associées aux erreurs. En effet, l'association de mots sans aide au sujet du processus de production des déclarations de revenus comprenait les termes : stressant, difficile, accablant, coûteux et complexe en particulier pour les personnes dont le revenu provient d'activités réalisées sur une réserve et hors une réserve.
- Près de deux répondants sur cinq (38 %) estiment qu'il est facile de produire leur déclaration de revenus, fournissant des cotes entre 7 et 10 sur une échelle de 10 points. Un quart (24 %) des répondants affirment, à l'inverse, qu'il est difficile de le faire, donnant des cotes de 1 à 4. Un peu plus du tiers (36 %) des répondants affirment que la production de leurs déclarations de revenus n'est ni facile ni difficile (cotes de 5 à 7).

- Un cinquième (19 %) des répondants affirment qu'ils n'ont eu aucune difficulté à produire leur déclaration de revenus. En revanche, plus du tiers des répondants estiment que le processus de production des déclarations de revenus est accablant (39 %) ou ont signalé ressentir un inconfort lorsqu'ils font affaire avec le gouvernement (35 %). Plus d'un cinquième (24 %) des répondants affirment que l'accès limité aux matériels (c.-à-d. ordinateurs, trousse d'impôt papier, Internet, feuillets d'impôt) est un obstacle à la production de déclarations ou ils ont l'impression que le processus est trop coûteux (21 %). Un peu plus d'un répondant sur dix (12 %) a indiqué que le fait de ne pas avoir de documents disponibles dans une langue autochtone est un obstacle.
- Bien que plus de la moitié (57 %) des répondants n'aient pas utilisé le formulaire T90 (Revenu exonéré d'impôt selon la Loi sur les Indiens), un peu plus d'un quart (28 %) ont indiqué qu'ils l'avaient utilisé, y compris 52 % des répondants Inuits, 31 % des Premières Nations et 19 % des répondants Métis. Les 14 % restants sont incertains ou préfèrent ne pas dire s'ils ont utilisé le formulaire. Veuillez noter que le formulaire T90, Revenu exonéré d'impôt selon la *Loi sur les Indiens*, ne s'applique qu'aux membres des Premières Nations inscrits en vertu de la *Loi sur les Indiens*. Ce sondage ne comprenait pas de questions pour vérifier l'admissibilité des répondants à utiliser le formulaire T90.
- Deux répondants sur cinq qui n'ont pas utilisé le formulaire T90 (40 %) n'étaient pas au courant du formulaire et de ses utilisations, tandis qu'à peu près le même nombre (38 %) affirment qu'il ne s'appliquait pas à eux. Un autre cinquième (17 %) des répondants affirment que le formulaire est trop compliqué à remplir, y compris 22 % des répondants Premières Nations.
- Le tiers des répondants (34 %) sont tout à fait d'accord que l'utilisation du formulaire T90 est facile (20 %) ou plutôt facile (14 %), tandis que trois répondants sur dix (29 %) estiment qu'il est très difficile à utiliser (16 %) ou plutôt difficile à utiliser (13 %). Une majorité de répondants (36 %) estiment que le formulaire T90 n'est ni facile ni difficile à utiliser.
- Un peu plus de la moitié des répondants (57 %) disent être au courant du Programme communautaire des bénévoles en matière d'impôt, et un cinquième des répondants (21 %) ont indiqué qu'ils l'avaient déjà utilisé. La moitié des répondants (45 %) et trois répondants sur cinq (60 %) ont indiqué qu'ils n'étaient pas au courant du formulaire T1 simplifié et des centres de services du Nord, respectivement.
- La majorité des répondants se disent très satisfaits ou plutôt satisfaits du formulaire T1 simplifié (56 %), des centres de services du Nord (58 %) et du Programme communautaire des bénévoles en matière d'impôt (58 %). Moins d'un cinquième des répondants se disent plutôt insatisfaits ou très insatisfaits du formulaire T1 simplifié (13 %), des centres de services du Nord (19 %) ou du Programme communautaire des bénévoles en matière de revenu (8 %).
- Un quart (23 %) de tous les répondants, y compris 52 % des répondants Inuits, affirment qu'il serait plus facile de produire leurs déclarations de revenus et d'accéder aux services si l'Agence fournissait des services, des documents écrits et des communications dans une langue autochtone qu'ils parlent ou lisent. En revanche, le tiers (35 %) affirment que le fait de fournir des services dans plus de langues ne faciliterait pas la production de déclarations

ou l'accès aux services. Un autre quart (26 %) des répondants ont indiqué que cela ne s'applique pas à eux, y compris près d'un tiers (30 %) des répondants Métis.

- Les résultats de la recherche qualitative ont démontré que les participants ressentait un sentiment de vulnérabilité lorsqu'il s'agissait de la préparation et de la production de déclarations de revenus, plutôt qu'un sentiment de confiance à l'égard de l'obtention du meilleur résultat financier. Ils ont mentionné que l'Agence avait un avantage considérable en matière de connaissances et d'expertise pour repérer les erreurs de bonne foi, ainsi que la capacité de revoir les déclarations et de demander des paiements d'impôt supplémentaires à un déclarant en tout temps. Cela s'accompagnait d'un sentiment que l'Agence communique rarement avec le déclarant pour indiquer qu'elle a trouvé une erreur ou une omission en faveur du déclarant. Être dans une situation désavantageuse et se sentir comme si ce désavantage les exposait à des risques semblait être ce qui poussait les gens à demander de l'aide, même lorsqu'ils trouvent que cette aide est coûteuse et de qualité douteuse pour certains.
- Les nombreux formulaires et le langage technique dans les diverses ressources documentaires disponibles (c.-à-d. les guides ou en ligne) ont convaincu certains d'abandonner de tenter de produire leur déclaration par eux-mêmes. Dans chaque groupe, il y avait des participants qui ont nommé des formulaires précis, souvent même en se rappelant le numéro précis, comme exemples de processus qui semblaient déraisonnablement difficiles pour une personne sans formation professionnelle.

Expériences d'interaction avec l'Agence concernant l'aide fiscale

- Bien que deux répondants sur cinq (38 %) n'aient pas communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois, 31 % affirment avoir communiqué avec l'Agence en ligne, 27 % par téléphone, 10 % par la poste, 7 % en personne et 2 % par télécopieur. Les répondants Inuits sont moins susceptibles de dire qu'ils n'ont pas communiqué avec l'Agence au cours de la dernière année (23 %) que les répondants Premières Nations (39 %) ou les répondants Métis (37 %).
- Les raisons les plus courantes de communiquer avec l'Agence étaient pour se renseigner sur les prestations liées à la pandémie (27 %), ou les prestations en général (26 %). De plus, un quart (24 %) des répondants affirment avoir communiqué avec l'Agence aux fins de l'impôt sur le revenu des particuliers, et un cinquième ont indiqué qu'ils tentaient de résoudre un problème avec l'Agence (21 %) ou de demander des précisions au sujet de quelque chose que l'Agence leur a envoyé (20 %).
- Parmi les répondants qui ont communiqué avec l'Agence par téléphone au cours de la dernière année, trois quarts (76 %) affirment que leur problème ou leur question a été résolu, tandis qu'un cinquième (21 %) affirme que ce n'a pas été le cas. Les participants à la recherche qualitative ont décrit le processus comme étant de longue haleine, frustrant et futile. Ils se sont plaints d'avoir souvent été mis en attente, transférés à plusieurs reprises ou ont parlé avec une personne qui n'avait pas l'expertise nécessaire pour répondre à leurs questions.
- Un peu plus de la moitié (53 %) des répondants sont inscrits au service Mon dossier de l'Agence, y compris 48 % des répondants Premières Nations, 62 % des répondants Métis et

61 % des répondants Inuits. Parmi ceux qui ne sont pas inscrits, 45 % affirment qu'ils ne ressentent pas le besoin de le faire, 30 % estiment qu'il est trop difficile de s'inscrire, 25 % expriment des préoccupations à l'égard de la protection et la sécurité des renseignements personnels, 15 % citent des difficultés liées à l'utilisation d'un ordinateur, et 13 % mentionnent une mauvaise connexion Internet comme un obstacle.

- La moitié (49 %) des répondants ont visité les pages de l'impôt sur le site Web Canada.ca pour chercher des renseignements, et la plupart des répondants (89 %) ont indiqué avoir trouvé des réponses partielles (60 %) ou entières (29 %) à leurs questions. Seulement 9 % des répondants affirment n'avoir trouvé aucune réponse à leurs questions.
- Bien que trois répondants sur cinq (60 %) disent qu'ils n'ont pas utilisé la fonction de clavardage automatisée de l'Agence, Charlie le robot conversationnel, sur le site Web de l'Agence, les trois quarts (78 %) de ceux qui l'ont utilisée affirment qu'il a répondu partiellement (51 %) ou entièrement (27 %) à leurs questions.
- En ce qui concerne la satisfaction à l'égard des services offerts par l'Agence, une majorité de répondants ont une impression neutre du portail Mon dossier de l'Agence (29 % donnant des cotes de 5 ou 6), des services téléphoniques offerts (34 %) et des pages liés aux impôts sur le site Web Canada.ca (34 %). Près de la moitié (46 %) disent qu'ils n'ont pas été en mesure de fournir une cote pour la fonction de robot conversationnel. Plus de répondants sont satisfaits que insatisfaits à l'égard du portail Mon dossier de l'Agence (31 % accordant une cote entre 7 et 10 par rapport à 14 % donnant une cote entre 1 et 4) et des pages de l'impôt sur Canada.ca (24 % par rapport à 20 %). Toutefois, l'inverse est vrai (où plus d'entre eux se disent insatisfaits que satisfaits) en ce qui concerne les services téléphoniques (26 % ont donné une cote de 1 à 4 par rapport à 24 % ayant donné une cote de 7 à 10) et la fonction de robot conversationnel (16 % par rapport à 13 %) offerts par l'Agence.
- La recherche qualitative a démontré des opinions variées en ce qui concerne l'expérience et la satisfaction à l'égard de Mon dossier. Ceux qui ont eu des expériences positives ont fait l'éloge de la capacité d'ouvrir une session à l'aide de leurs services bancaires en ligne et ont indiqué leur reconnaissance du fait d'avoir la capacité de recevoir des avis et de surveiller les processus. Les personnes les plus critiques ont tendance à mentionner que le fardeau du processus de configuration du compte et l'exigence de recevoir un code de sécurité par la poste sont inutiles et embêtants.
- En ce qui concerne le site Web de l'Agence, il semble y avoir une vaste expérience de son utilisation, ainsi qu'un large consensus selon lequel le site Web de l'Agence est inefficace pour trouver des réponses à ses propres questions de façon satisfaisante. Les principaux défis cités comprenaient le parcours de plusieurs pages Web et la terminologie qui était trop technique ou compliquée à comprendre.

Expériences avec les prestations et les crédits

- Deux répondants sur cinq (41 %) ont présenté une demande d'allocation canadienne pour enfants. Parmi ceux qui ont des enfants de moins de 18 ans à leur charge, près de la moitié (47 %) disent qu'ils ont présenté une demande d'allocation canadienne pour enfants sans difficulté, un cinquième (20 %) disent qu'ils n'ont pas présenté de demande du tout, et

trois sur dix (29 %) disent avoir éprouvé des difficultés lorsqu'ils ont présenté une demande. Les défis les plus susceptibles d'être relevés par les répondants étaient la compréhension du processus (40 %) et l'obtention des documents requis (37 %).

- Bien que moins de répondants aient présenté une demande de crédit d'impôt pour personnes handicapées (28 %), plus de la moitié de ceux qui l'ont fait (59 %) ont déclaré avoir éprouvé des difficultés. Les obstacles les plus fréquemment cités concernaient les interactions avec les professionnels de la santé. Deux répondants sur cinq (43 %) affirment qu'il était difficile d'amener le bon professionnel de la santé à remplir le formulaire requis, tandis qu'un peu plus d'un tiers (36 %) en disent autant d'avoir accès à un professionnel de la santé pour remplir les formulaires requis. La recherche qualitative a corroboré ces constatations, les participants blâmant le processus de demande, les exigences relatives au remplissage des formulaires par les professionnels de la santé (particulièrement difficiles pour les populations éloignées) et l'exigence de présenter une nouvelle demande, ce qui semblait excessivement exigeant, et a soulevé des questions sur le motif de l'Agence ou sa méfiance à l'égard des bénéficiaires.
- Lorsqu'on leur a posé la question, la plupart des participants à la composante qualitative n'étaient pas surpris de constater que le taux de participation au crédit d'impôt pour personnes handicapées était plus faible chez les Autochtones, même si les impressions de la cause variaient. Le plus souvent, les participants étaient d'avis que le processus de demande était excessivement exigeant. Quelques participants ont fait remarquer que l'auto-identification en tant que personne en situation de handicap est en conflit avec certains idéaux culturels et qu'elle cadre mal avec les stéréotypes existants.
- Le tiers des répondants (33 %) au sondage affirment que la pandémie n'a pas eu d'incidence sur leur capacité à produire des déclarations de revenus, à accéder aux prestations ou à recevoir des services. La même proportion (33 %) a indiqué que la crainte d'être malade ou de rendre les autres malades les a empêchés d'obtenir des services en personne, un chiffre qui augmente à 37 % pour les répondants Premières Nations. Le fait de ne pas avoir le temps libre pour se rendre à un endroit (20 %), les services rendus inaccessibles lorsqu'ils sont passés en ligne (19 %) ou l'incapacité à avoir accès à un transport (18 %) ont également été cités comme des préoccupations.
- Plus de la moitié des répondants étaient au courant de chacune des prestations d'urgence liées à la pandémie pour les particuliers, la Prestation canadienne d'urgence ayant la plus grande proportion de répondants qui disent avoir présenté une demande (54 %). Viennent ensuite la Prestation canadienne de la relance économique (31 %), la Prestation canadienne de maladie pour la relance économique (17 %) et la Prestation canadienne d'urgence pour les étudiants (11 %).
- Certains répondants n'ont pas présenté de demande de prestations liées à la pandémie, même s'ils en étaient au courant. Parmi ces répondants, certains croyaient qu'ils auraient été admissibles, y compris 22 % pour la Prestation canadienne d'urgence, 21 % pour la Prestation canadienne de la relance économique, 13 % pour la Prestation de maladie pour la relance économique, 12 % pour la Prestation canadienne de la relance économique pour proches aidants et 8 % pour la Prestation d'urgence pour les étudiants. Les raisons de ne pas avoir présenté de demande étaient semblables pour chacune des prestations indiquées et comprenaient le fait de ne pas vouloir devoir de l'argent au gouvernement, de ne pas avoir besoin de la prestation ou le fait que le répondant travaillait déjà. Les participants aux

groupes de discussion qui ont présenté une demande de prestations liées à la pandémie et qui y ont accédé ont estimé que le processus de demande était extrêmement facile et efficace.

- En effet, les participants de chaque groupe de discussion ont fait part d'histoires, soit personnelles ou qu'ils ont entendues, au sujet de particuliers qui, sciemment ou non, ont demandé des prestations auxquelles ils n'avaient pas droit et qu'ils devaient maintenant rembourser. Cela a eu une incidence négative sur l'impression de l'Agence.

Impressions de l'Agence et incidence sur la confiance

- Les deux tiers (65 %) des répondants affirment avoir une impression neutre (cotes 4 à 7) à l'égard du rendement global de l'Agence, le reste étant divisé entre avoir l'impression que le rendement de l'Agence est solide (17 %) et médiocre (16 %).
- Une impression favorable de l'Agence dans l'ensemble est plus probable de la part des répondants Inuits, où trois répondants sur dix (28 %) évaluent le rendement global de l'Agence comme étant solide. Les perceptions négatives sont plus courantes chez les répondants Premières Nations, où un cinquième (17 %) a attribué au rendement global de l'Agence une cote médiocre.
- Lorsqu'on leur a demandé si l'Agence travaille dans l'intérêt des Canadiens, un cinquième (20 %) des répondants étaient tout à fait d'accord, tandis qu'un répondant sur dix (12 %) était tout à fait en désaccord. Ces proportions se sont inversées lorsque les répondants ont été interrogés sur la question de savoir si l'Agence travaille dans l'intérêt des peuples autochtones, avec 11 % d'entre eux étant tout à fait d'accord et 23 % étant tout à fait en désaccord. Sur le plan qualitatif, les personnes qui estimaient que les services n'étaient pas égaux ont souvent mentionné la distance géographique de toute sorte de présence physique de l'Agence ou le manque de services ou de documents dans une langue autochtone comme des obstacles, surtout pour les aînés.
- En ce qui concerne la question de savoir si les employés de l'Agence sont dignes de confiance, 17 % ont fourni des cotes de fort accord, tandis que 16 % ont indiqué qu'ils étaient fortement en désaccord. Lorsque les participants aux groupes de discussion ont été invités à évaluer leur niveau de confiance à l'égard du gouvernement fédéral et séparément, à l'égard de l'Agence, les cotes pour le gouvernement fédéral étaient généralement faibles et inférieures à celles de l'Agence, même si les cotes de confiance de l'Agence n'étaient toujours pas très positives. Au crédit de l'Agence, elle a souvent été décrite comme étant digne de confiance dans son traitement de renseignements personnels de nature délicate et dans l'exploitation d'un système sécurisé.
- La recherche qualitative a également démontré que la confiance était clairement l'un des facteurs les plus fondamentaux limitant les points de vue des participants sur la façon dont l'Agence répond à leurs besoins, ou les besoins des peuples autochtones de façon plus générale. De nombreux participants ont reconnu que leur degré limité de confiance à l'égard de l'Agence a une incidence sur leurs interactions avec l'Agence. Certains ont dit avoir peur de faire affaire avec l'Agence, avoir une réticence à interagir avec l'Agence ou être stressés lorsqu'ils font affaire avec l'Agence, ce qui a pour conséquence de repousser cela à plus tard.

- En ce qui concerne la confiance, de nombreux participants ont indiqué qu'ils se sont sentis victimes de discrimination en raison de la mésinformation au sujet des exonérations fiscales pour les peuples autochtones, par les Canadiens en général et par les représentants de l'Agence.
- Lors des discussions qualitatives, on a demandé ce que l'Agence pourrait faire différemment. Les suggestions les plus courantes étaient les suivantes :
 - simplifier le processus de production des déclarations de revenus pour l'utilisateur;
 - utiliser un langage moins technique;
 - embaucher un plus grand nombre d'Autochtones, y compris des agents qui se déplacent pour des visites en personne dans les collectivités;
 - avoir une ligne téléphonique réservée aux Autochtones, dotée d'agents autochtones, ou du moins de personnes qui sont des experts dans l'ensemble des défis auxquels font face les déclarants autochtones;
 - accroître la sensibilisation aux prestations et aux crédits, encourager la présentation de demandes, et simplifier le processus de demande;
 - établir des relations avec des intermédiaires de confiance, comme les aînés, les conseils de bande et les groupes de soutien ou de consultation autochtones, ou les faire participer.

Cabinet de recherche : Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe)

Numéro du contrat : 46637-238257/001/CY

Valeur du contrat : 221 903,35 \$

Date d'attribution du contrat : 21 mars 2022

En ma qualité de représentante de la société Earnscliffe Strategy Group Inc., j'atteste par la présente que les produits livrables définitifs sont en tout point conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique définies 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 en matière de parti politique, les positions des partis ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de ses dirigeants.

Signataire :

Date : 26 octobre 2022



Stephanie Constable
Partenaire, Earnscliffe