



Agence du revenu
du Canada

Canada Revenue
Agency

Recherche d'entreprise annuelle 2024-2025 – Phase quantitative

Rapport final

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada

Nom du fournisseur : Quorus Consulting Group Inc.

Numéro de contrat : CW2379102

Montant du contrat (TVH comprise) : 179 527, 62 \$

Date d'octroi du contrat : le 28 octobre 2024

Date de livraison : mars 2025

Numéro d'inscription : POR 067-24

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 2024-2025 – Quantitative

Rapport final

Préparé pour l'Agence du revenu du Canada
Nom du fournisseur : Quorus Consulting Group Inc
mars 2025

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 27 novembre et le 30 décembre 2024, et d'un sondage en ligne auprès de petites et moyennes entreprises (PME) et d'intermédiaires fiscaux, administré entre le 27 novembre 2024 et le 22 janvier 2025.

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 : Rv4-126/2025F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-76101-5

Publications connexes

Numéro de catalogue : Rv4-126/2025E-PDF (rapport final, anglais)

ISBN : 978-0-660-76100-8

© Sa Majesté le roi du chef du Canada, représenté par la ministre de l'Agence du revenu du Canada, 2025.



Table des matières

Rapport sommaire	7
But et objectifs de l'étude.....	7
Populations cibles	8
Méthodologie de recherche.....	9
Principales constatations	10
Perceptions de l'Agence.....	10
Déclarations de revenus.....	15
Interaction avec l'Agence	16
Exécution des services.....	19
Attitudes à l'égard de l'observation fiscale.....	23
Résultats détaillés	31
But et objectifs de l'étude.....	31
Populations cibles	32
Constatations découlant de la recherche quantitative	34
Perceptions de l'Agence	34
Population générale	34
Confiance envers l'Agence du revenu du Canada	38
Serviabilité de l'Agence.....	40
Information et protection des renseignements personnels	43
Équité.....	44
Ouverture et transparence	47
Petites et moyennes entreprises (PME)	49
Perceptions générales.....	49
Confiance envers l'Agence	53
Serviabilité de l'Agence.....	56
Traiter les renseignements d'entreprise	60
Équité.....	61
Ouverture et transparence	65
Intermédiaires fiscaux.....	68
Perceptions générales.....	68
Confiance envers l'Agence du revenu du Canada	71

Serviabilité de l'Agence.....	73
Information et protection des renseignements personnels	75
Équité.....	76
Ouverture et transparence	78
Déclarations de revenus.....	81
Population générale.....	81
Petites et moyennes entreprises (PME)	87
Intermédiaires fiscaux.....	92
Communication avec l'Agence.....	93
Population Générale	93
Interaction au cours des 12 derniers mois	93
Raison de la communication la plus récente	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 dans la gestion des impôts sans aide externe	125
Préférences de contact lors des interactions avec l'Agence.....	125
Confiance à l'égard du règlement des désaccords fiscaux.....	132
Énoncés sur la prestation de services.....	134
Inscription aux services en ligne.....	136
Processus liés à l'impôt des entreprises	138

Utilisation et satisfaction à l'égard des renseignements fiscaux sur le site Web Canada.ca.....	141
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.....	154
Inscription aux services en ligne.....	155
Utilisation et satisfaction à l'égard des renseignements fiscaux sur le site Web Canada.ca.....	158
Fardeau en matière de production de déclarations de revenus.....	159
Attitudes à l'égard de l'observation fiscale.....	162
Population Générale	162
Valeur pour les impôts	162
Attraper les fraudeurs fiscaux	163
Perceptions de la fraude fiscale.....	166
Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude	172
Petites et moyennes entreprises (PME)	175
Valeur pour les impôts	175
Attraper les fraudeurs fiscaux	176
Perceptions de la fraude fiscale.....	184
Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude	188
Intermédiaires fiscaux.....	193
Valeur pour les impôts	193
Attraper les fraudeurs fiscaux	194
Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude	202
Facteurs clés des cotes de rendement de l'Agence	205
Population générale.....	206
Modèle de confiance	206
Modèle de service	208
Petites et moyennes entreprises (PME)	209
Modèle de confiance	209
Modèle de service	210
Intermédiaires fiscaux.....	212

Modèle de confiance	212
Modèle de service	213
Profil des répondants	215
Population générale.....	215
Petites et moyennes entreprises (PME)	222
Intermédiaires fiscaux.....	228
Méthodologie de recherche.....	231
Questionnaire de la population générale	243
Questionnaire PME / Intermédiaires fiscaux	259

Rapport sommaire

Quorus Consulting Group Inc.

Numéro de contrat : CW2379102

Numéro d'inscription de la ROP : 067-24

Date d'octroi du contrat : Le 28 octobre 2024

Coût du contrat : 179 527,62 \$

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 2024-2025, 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, et
- 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= 16).

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 27 novembre au 30 décembre 2024. 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 803 PME et de 803 intermédiaires fiscaux a été mené du 27 novembre 2024 au 22 janvier 2025. Des quotas en matière de collecte de données ont été établis par région afin d'assurer un échantillonnage représentatif. Le sondage prenait 13 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 »).

- Parmi les répondants de la population générale, 12 % ont estimé que le rendement global était bon (cotes de 8 à 10), tandis que (53 %) ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7), pour une cote moyenne de 4,7.
- Plus de la moitié des petites et moyennes entreprises (PME) interrogées (46 %) ont indiqué que le rendement global était bon², avec 35 % attribuant des cotes neutres, pour une cote moyenne de 6,5.
- Près du tiers des intermédiaires fiscaux (31 %) ont indiqué que le rendement global était bon, tandis que 49 % ont attribué des cotes neutres, pour une cote moyenne de 6,0.

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 (24 %) 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 (58 %) ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7), pour une cote moyenne de 5,9. Ces cotes globales étaient principalement attribuables à l'absence de problèmes liés aux interactions avec l'Agence (25 %), suivies des possibilités d'amélioration générales (14 %), de la réceptivité au moment de la communication (11 %), d'une aversion générale à l'égard du paiement de l'impôt (7 %) et des problèmes rencontrés lors de l'interaction avec l'Agence (6 %).
- Plus de la moitié des PME interrogées (52 %) ont indiqué que le rendement de l'Agence était bon, tandis que 34 % ont attribué des cotes neutres, pour une cote moyenne de 7,0. Ces cotes sont surtout attribuables à l'expérience de service à la clientèle (bon service à la clientèle – 42 %; mauvais service à la clientèle – 23 %), au mauvais rendement global (10 %) et à la qualité ou fonctionnalité du site Web de l'Agence (8 %).
- Plus du tiers des répondants de la technologie de l'information (37 %) ont indiqué que le rendement global de l'Agence était bon, tandis que 49 % ont attribué des cotes neutres,

² 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.

pour une cote moyenne de 6,4. Les cotes des intermédiaires fiscaux étaient principalement attribuables à l'expérience du service à la clientèle (bon service à la clientèle – 30 %; mauvais service à la clientèle – 22 %), à l'inefficacité générale (13 %) et à la lenteur du service (10 %).

Confiance à l'égard de l'Agence

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 (48 %), tandis qu'un peu moins étaient fortement d'accord pour dire que les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail (43 %). Un peu moins de répondants étaient fortement d'accord pour dire que l'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens (40 %) et fait ce qui est juste (37 %).
- Plus de la moitié des PME canadiennes interrogées étaient fortement d'accord pour dire que les employés de l'Agence sont dignes de confiance (57 %) et conviennent que les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail (57 %). Un peu moins de répondants étaient fortement d'accord pour dire que l'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens (54 %) et fait ce qui est juste (53 %).
- Environ la moitié des intermédiaires fiscaux étaient fortement d'accord pour dire que les employés de l'Agence sont dignes de confiance (48 %), qu'ils sont capables de bien faire leur travail (46 %) et que l'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens (46 %). Un peu moins des répondants conviennent que l'Agence fait ce qui est juste (44 %).

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 32 % de la population générale ont attribué des cotes de confiance élevées (cotes de 8 à 10), et que 54 % ont attribué des cotes moyennes (cotes de 4 à 7), pour une cote d'indice moyenne de 6,6.

- Les cotes d'indice de confiance élevées étaient les plus fréquentes chez les PME interrogées (50 %); un grand nombre d'entre elles (38 %) indiquant des cotes moyennes, pour une cote d'indice moyenne globale de 7,1.
- Deux répondants des intermédiaires fiscaux sur cinq ont fourni une cote élevée de l'indice de confiance (40 %), alors que 45 % des intermédiaires fiscaux restants ont fourni une cote moyenne de l'indice, pour une cote moyenne de 6,7.
- La cote combinée de l'indice de confiance pour les trois publics cibles est de 6,8.

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 » :

- Environ les deux cinquièmes des répondants de l'ensemble de la population étaient fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que l'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus (45 %), que l'Agence s'assure que tout le monde reçoit les prestations auxquelles il a droit (38 %) et que l'Agence est utile (36 %). Un peu moins des répondants ont convenu que l'Agence s'assure que tout le monde paie sa juste part d'impôt (29 %).
- Plus de deux tiers des PME interrogées étaient tout à fait d'accord que l'Agence traite les déclarations de revenus de leur entreprise en temps opportun (68 %), tandis que 65 % étaient d'accord pour dire que les renseignements arrivent à temps pour leur entreprise. Près de trois répondants sur cinq estimaient que l'Agence fournissait suffisamment de renseignements pour respecter leurs obligations fiscales d'entreprise (58 %) et faciliterait le processus de production de déclarations de revenus d'entreprise (58 %), tandis que plus de la moitié étaient d'accord pour dire que l'Agence est utile (54 %), travaille fort pour aider les Canadiens avec leurs questions fiscales (53 %) et on peut compter sur elle pour s'assurer que tout le monde reçoit les prestations et les crédits d'impôt auxquels ils ont droit (52 %). Un peu moins des répondants ont convenu qu'ils pouvaient compter sur l'Agence pour s'assurer que tout le monde paie sa juste part d'impôt (49 %).
- Environ la moitié des intermédiaires fiscaux étaient tout à fait d'accord que l'Agence traite les déclarations de revenus de leurs clients en temps opportun (49 %), et que les renseignements de l'Agence arrivent à temps pour les clients (48 %), que l'Agence fournit des renseignements adéquats pour respecter les obligations fiscales des clients (48 %) et qu'elle facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises (47 %). L'accord diminue légèrement quant à savoir s'ils peuvent compter sur l'Agence

pour veiller à ce que tout le monde obtienne les prestations et les crédits d'impôt auxquels ils ont droit (45 %), et que l'Agence travaille fort pour aider les Canadiens (44 %), que l'Agence est utile (43 %), et qu'ils peuvent compter sur l'Agence pour s'assurer que tout le monde paie sa juste part d'impôt (42 %).

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 :

- Plus de la moitié des répondants de la population générale 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 (54 %), tandis que 34 % ont fourni une cote neutre (cotes de 4 à 7), pour une cote moyenne de 7,1.
- Près des deux tiers des PME canadiennes 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 (64 %), tandis que 26 % des répondants ont fourni une cote neutre, pour une cote moyenne de 7,5.
- L'accord était plus faible parmi les intermédiaires fiscaux, où 52 % 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 37 % ont fourni une cote neutre, ce qui a donné lieu à une cote moyenne de 7,1.

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 axés sur 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 trois quarts des répondants de la population générale (73 %) 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 des répondants ont convenu que l'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (56 %) ou traite tous les Canadiens avec le même respect et la même considération (41 %). L'accord était le plus faible lorsqu'on leur a demandé si l'Agence traite les contribuables de façon équitable (36 %) et est juste pour déterminer les impôts à vérifier (35 %).

- Plus des trois quarts 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 (74 %), tandis que 58 % étaient d'accord pour dire que l'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude. Un peu plus de la moitié des répondants ont convenu que l'Agence traite tout le monde avec le même respect et la même considération (53 %) et traite les contribuables de façon équitable (52 %). Un peu moins des répondants étaient d'accord pour dire que l'Agence est juste pour décider des impôts à vérifier (48 %).
- Environ deux tiers des intermédiaires fiscaux interrogés (65 %) sont tout à fait d'accord pour dire que les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à des pénalités égales, tandis que moins d'entre eux étaient d'accord pour dire que l'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (57 %). Près de la moitié des répondants étaient d'accord pour dire que l'Agence s'assurait que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération (47 %) et qu'elle est équitable pour déterminer les impôts à vérifier (47 %), tandis que 44 % ont convenu que l'Agence traite les contribuables de façon équitable.

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 » :

- La moitié des répondants de la population générale (50 %) étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) que l'Agence est responsable des renseignements écrits qu'elle fournit, tandis que 41 % 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. 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 20 % qui ont accordé une cote de 8 à 10.
- Près de trois PME sur cinq 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 (57 %), tandis qu'un peu moins d'entre eux conviennent que l'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (53 %). Près de la moitié d'entre elles (46 %) ont convenu que l'Agence est transparente quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt.
- Plus de la moitié des 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 (53 %) et qu'elle se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (52 %). Plus d'un tiers (37 %) ont convenu que l'Agence est transparente quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt.

Déclarations de revenus

Neuf répondants sur dix de la population générale sur dix (90 %) 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 (67 %) ont indiqué avoir reçu de l'aide pour préparer leur déclaration de revenus, y compris 83 % de ce sous-ensemble qui ont eu recours à un préparateur de déclarations de revenus ou à un comptable, et 17 % se sont tournés vers des amis ou des proches pour obtenir de l'aide. La plupart des déclarants (85 %) 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 %) utilisaient 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 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 d'un tiers d'entre elles (35 %) utilisaient exclusivement des services externes, une proportion semblable (34 %) utilisait une combinaison de services internes et externes, tandis que 30 % utilisaient exclusivement des ressources internes.

En ce qui concerne la planification fiscale plus précisément, 36 % ont dit utiliser des ressources internes exclusivement, 27 % ont dit utiliser des services externes exclusivement alors que pour 35 % il s'agissait d'une combinaison des deux.

À l'aide d'une échelle de 1 à 10, 1 signifiant « complètement insatisfait » et 10, « complètement satisfait », on a demandé aux PME de noter leur satisfaction à l'égard de l'Agence en fonction de leur dernière expérience de production de déclarations de revenus. Une majorité d'entre elles (68 %) ont attribué un niveau de satisfaction élevé (cotes de 8 à 10), tandis que 27 % ont attribué une cote moyenne (cotes de 4 à 7), pour une cote de satisfaction globale moyenne de 7,9.

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. Plus de la moitié des intermédiaires fiscaux (56 %) ont attribué une cote de satisfaction élevée, tandis que 37 % ont attribué une cote moyenne, pour une cote de satisfaction globale moyenne de 7,3.

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.

- Environ deux répondants de la population générale sur cinq (42 %) ont interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois.
- Près de trois entreprises sur cinq (58 %) avaient eu une certaine forme d'interaction avec l'Agence au cours des 12 derniers mois.
- Un peu plus des intermédiaires fiscaux (65 %) 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 (47 %), 27 % par l'intermédiaire du portail Mon dossier et 13 % ont interagi par la poste. Moins de répondants ont indiqué que leur interaction la plus récente avec l'Agence a eu lieu au moyen des pages sur l'impôt du site Web Canada.ca (8 %).
- Plus d'un tiers des PME interrogées ont communiqué avec l'Agence par l'intermédiaire du portail Mon dossier d'entreprise (36 %) tandis que 29 % l'ont fait par téléphone et 15 % ont communiqué avec l'Agence par l'intermédiaire des pages sur l'impôt du site Web Canada.ca.
- Près de la moitié des intermédiaires fiscaux (45 %) ont indiqué utiliser le téléphone, 19 % ont interagi par l'intermédiaire du portail Représenter un client et 19 % par l'intermédiaire des pages du site Web Canada.ca.

Raison de la communication la plus récente

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, 47 % 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.). D'autres raisons d'interagir avec l'Agence comprenaient l'obtention de renseignements liés à son service Mon dossier (19 %), des renseignements liés à d'autres prestations ou crédits (16 %), ou une tentative de résolution d'une vérification, d'un différend ou d'un examen (14 %).
- Les résultats parmi les entreprises canadiennes étaient mitigés, près de la moitié des répondants ayant cité des renseignements liés à leur service Mon dossier d'entreprise (48 %) ou à l'impôt des entreprises (47 %). Plus d'un quart des répondants ont cité la TPS/TVH (29 %), la paie (26 %) ou une tentative de résolution d'une vérification, d'un différend ou d'un examen (26 %) comme raisons de leur interaction la plus récente.
- Parmi les intermédiaires fiscaux, le tiers ont indiqué que leur interaction la plus récente avec l'Agence concernait leur compte Représenter un client (33 %), tandis que presque autant de répondants ont mentionné une communication liée à l'impôt d'entreprise de leur client (28 %) ou à l'impôt personnel de leur client (26 %). Un peu moins des répondants ont déclaré avoir communiqué avec l'Agence au sujet de la TPS/TVH (24 %), de la paie (16 %), d'une vérification, d'un différend ou d'un examen (16 %).

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 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 (76 %) ou courtois (73 %), tandis qu'un plus petit nombre (65 %) 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 reçus, 68 % d'entre eux ont convenu qu'ils étaient exacts, 64 % estimaient qu'ils étaient complets, et 59 % ont dit qu'ils étaient faciles à comprendre. Le taux d'accord était légèrement inférieur en ce qui concerne la rapidité du service (52 %) et la facilité d'accès (49 %).
- 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 (67 %) ou courtois (66 %), tandis que 64 % ont convenu que le représentant avait pris le temps de comprendre leur situation. Plus des deux tiers des répondants conviennent que les renseignements fournis

étaient exacts (71 %), complets (70 %) et faciles à comprendre (68 %). Un peu moins des répondants ont convenu que le service de l'Agence était facile d'accès (67 %) et opportun (65 %).

- La plupart des intermédiaires fiscaux étaient fortement d'accord pour dire que le représentant de l'Agence a été courtois (62 %) et professionnel (60 %), tandis que 53 % étaient d'accord pour dire que le représentant a pris le temps de comprendre leur situation. Plus de la moitié des répondants ont convenu que les renseignements fournis étaient exacts (61 %), faciles à comprendre (59 %) et complets (58 %). Une proportion similaire a convenu que le service de l'Agence était en temps opportun (56 %) et qu'il était facile d'y accéder (53 %).

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

- Plus de la moitié des adultes canadiens (54 %) ont attribué des cotes élevées concernant l'indice de satisfaction à l'égard du service (cotes de 8 à 10), tandis que 36 % avaient des cotes modérées (cotes de 4 à 7), avec une cote moyenne de 7,6.
- Environ deux tiers des PME (66 %) avaient un indice de satisfaction à l'égard du service allant de 8 à 10, tandis que 28 % d'entre elles se situaient dans la fourchette des cotes moyennes, avec une cote moyenne de 7,9.
- Près de la moitié des intermédiaires fiscaux (48 %) ont attribué des cotes élevées concernant l'indice de satisfaction à l'égard du service, tandis que 44 % ont attribué des cotes moyennes, ce qui a donné une cote moyenne de 7,4.
- La cote globale de l'indice de satisfaction à l'égard du service est de 7,6.

La plupart des PME (82 %) et la plupart des intermédiaires fiscaux (85 %) 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 Canadiens, 38 % des PME et 47 % des intermédiaires fiscaux ont donné une cote à peu près identique. Au moins le tiers des PME et des intermédiaires fiscaux étaient susceptibles de percevoir le service de l'Agence plus favorablement (43 % des PME estimaient que l'Agence offrait un meilleur service et 35 % des intermédiaires fiscaux estimaient la même chose), tandis que moins parmi la population générale (19 %) ont évalué le service de l'Agence comme étant meilleur.

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 ». Près de la moitié des PME (47 %) ont indiqué un niveau élevé de confiance (cotes de 8 à 10), tandis que 25 % 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 (37 % chez les PME et 39 % chez les intermédiaires fiscaux) et à communiquer avec l'Agence par téléphone (16 % chez les PME et 18 % 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 : 37 % chez les PME et 40 % chez les intermédiaires fiscaux.

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 (32 % chez les PME et 41 % 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 »).

- La moitié des PME (50 %) étaient assez confiantes (cotes de 8 à 10), tandis qu'un tiers (33 %) étaient modérément confiantes (cotes de 4 à 7), avec une cote de confiance moyenne de 6,9.
- Parmi les intermédiaires fiscaux, les répondants étaient tout aussi susceptibles d'être assez confiants (49 %, classés de 8 à 10) qu'ils étaient modérément confiants (42 %, classés de 4 à 7), avec une cote de confiance moyenne de 7,1.

En utilisant la même échelle, 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.

- Plus de la moitié des PME (53 %) étaient assez confiantes (cotes de 8 à 10), tandis que 31 % étaient modérément confiantes (cotes de 4 à 7), avec une cote de confiance moyenne de 7,0.
- Environ la moitié des intermédiaires fiscaux (51 %) étaient assez confiants, tandis que 41 % étaient modérément confiants, ce qui a donné une cote de confiance moyenne de 7,2.

Accès aux 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 » :

- Près de quatre répondants de la population générale sur cinq (78 %) étaient 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 deux répondants sur cinq (41 %) 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, 76 % étaient tout à fait d'accord qu'ils étaient en mesure d'obtenir des services dans la langue officielle de leur choix lorsqu'ils communiquaient avec l'Agence par téléphone. Près de trois répondants sur cinq conviennent que l'Agence offre des services en ligne qui répondent à leurs besoins (59 %), 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 (51 %) ou se sentent bien informés des services offerts par l'Agence (51 %).

- 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. Plus de la moitié des répondants ont convenu qu'ils savent comment accéder aux prestations et aux crédits fiscaux auxquels leurs clients ont droit (57 %), qu'ils se sentent bien informés au sujet des services que l'Agence a à offrir (54 %), et qu'ils croient que l'Agence offre des services en ligne qui répondent à leurs besoins (52 %).

Inscription aux services en ligne

Plus des deux tiers des Canadiens sondés (68 %) 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, 64 % 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 de deux répondants sur cinq ont indiqué qu'ils avaient besoin d'accès à l'information (42 %), et 27 % des répondants ont mentionné expressément le besoin de clarifications liées aux renseignements reçus de l'Agence. Environ un cinquième des PME (21 %) ont mentionné des problèmes d'accès aux services en ligne, tandis que 19 % ont décrit les besoins divers en matière de services comme ce qui a motivé un appel téléphonique.

Une question semblable a été posée aux utilisateurs du portail Représenter un client. Un quart de ses intermédiaires fiscaux (25 %) ont indiqué qu'ils avaient besoin d'accéder à des renseignements, 16 % d'entre eux ont précisément indiqué la nécessité d'obtenir des précisions sur les renseignements reçus de l'Agence. Un peu moins des répondants ont mentionné la commodité d'une conversation téléphonique (17 %) ou des préoccupations en matière de sécurité ou de protection des renseignements personnels (16 %) comme raisons de choisir de prendre le téléphone plutôt que de passer par le portail en ligne.

Processus liés à l'impôt des entreprises

En examinant qui traite la correspondance de l'Agence, la majorité des PME (67 %) ont déclaré être responsables de la lecture et du traitement des lettres reçues de l'Agence, tandis que moins (30 %) lisent personnellement la lettre et la remettent à leur comptable ou à leur secteur des finances pour qu'il la 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.

Renseignements relatifs à l'impôt sur le Canada.ca

Des proportions importantes parmi les segments des PME (80 %) et des intermédiaires fiscaux (85 %) avaient déjà visité le site Web Canada.ca pour obtenir des renseignements fiscaux. Parmi les utilisateurs du site Web, les résultats suivants ont été révélés :

- La majorité des PME utilisatrices du site Web (62 %) étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que le site Web fournissait les renseignements nécessaires, 59 % étaient d'accord que les renseignements fournis étaient faciles à comprendre et 54 % étaient d'accord que les renseignements étaient faciles à trouver.
- Des tendances semblables ont été observées chez les utilisateurs du site Web des intermédiaires fiscaux, avec plus de trois répondants sur cinq (61 %) qui 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 (55 %) et à trouver (51 %).

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 la moitié des PME (54 %) 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. Environ la moitié 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 (48 %) et les nouveaux produits et services répondent aux impératifs liés aux affaires (47 %).
- 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 (46 %), que l'Agence tient compte de leurs besoins lorsqu'elle élabore des produits et des services (46 %) et que ces nouveaux produits et services répondaient aux impératifs liés aux affaires (45 %).

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 (41 %) 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 6,1.
- Les intermédiaires fiscaux n'étaient pas aussi susceptibles d'évaluer le fait que le respect de leurs obligations fiscales était contraignant, plus d'un quart d'entre eux (29%) ayant exprimé un niveau de fardeau élevé, et 47 % ont attribué une cote de 4 à 7, ce qui donne une cote de fardeau moyenne de 5,7.

Attitudes à l'égard de l'observation fiscale

Valeur pour les impôts

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 (36 %) estimaient qu'ils avaient payé beaucoup trop cher par rapport aux services reçus, et un autre 22 % estimaient qu'ils avaient payé un peu trop cher. Le tiers des répondants (32 %) estimaient qu'ils payaient juste assez d'impôt et (7 %) un peu moins estimaient qu'ils payaient trop peu d'impôt.
- Plus d'un quart des PME estimaient qu'elles avaient payé un montant beaucoup trop élevé (26 %), tandis que 31 % estimaient qu'elles avaient payé un montant un peu trop élevé. En revanche, 32 % estimaient que les montants qu'elles payaient en impôts étaient justes et 6 % 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 (19 %), tandis que 32 % estimaient qu'ils étaient un peu trop élevés. Parmi les autres, 35 % estimaient que les montants qu'elles payaient en impôts étaient justes et 9 % jugeaient qu'ils n'étaient pas suffisamment élevés.

Attraper les fraudeurs fiscaux

Les perceptions suivantes concernant la fraude fiscale ont été explorées :

- Près de la moitié des PME interrogées (49 %) estimaient que la fraude fiscale des entreprises était assez courante (cotes de 8 à 10), tandis que 34 % 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 52 % 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, 43 % estimaient que l'Agence a déployé les efforts nécessaires pour réduire la fraude fiscale. En revanche, 28 % des répondants estimaient que l'Agence a déployé trop peu d'efforts par rapport à 13 % qui estime que l'Agence a déployé trop d'efforts. Les 16 % restants des répondants n'étaient pas certains ou ont refusé de répondre.
- Parmi les intermédiaires fiscaux, près de la moitié (49 %) 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 (29 %) et 10 % estimaient que l'Agence avait déployé trop d'efforts. Un autre 13 % 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 (23 %) 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 ».

- La moitié des PME interrogées (50 %) ont fourni une cote de probabilité élevée (cotes de 8 à 10), tandis que le tiers (33 %) ont fourni une cote modérée (cotes de 4 à 7), ce qui donne une cote de probabilité moyenne de 7,1.
- Plus d'un tiers des intermédiaires fiscaux (35 %) estimaient que l'Agence serait très susceptible d'attraper des fraudeurs fiscaux des entreprises, tandis que 45 % ont fourni une cote modérée, avec 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, 42 % 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 56 %.
- Devant une situation où ils soupçonnent qu'une entreprise pratique la fraude fiscale, 38 % des intermédiaires fiscaux sont susceptibles de la dénoncer. Lorsque les répondants étaient certains que l'entreprise pratiquait la fraude fiscale, cela passait à 48 %.

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 (32 %), tandis que 24 % ont convenu que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale.
- Près de la moitié des représentants d'entreprises étaient fortement d'accord pour dire que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale (49 %). Une proportion semblable 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 (45 %).
- Plus de deux intermédiaires fiscaux sur cinq (44 %) étaient tout à fait d'accord pour dire que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale. Cela dit, 34 % 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 (60 %) 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 des intermédiaires fiscaux étaient fortement en accord pour dire que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale (35 %) et que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales (34 %).

- Plus des deux tiers des PME étaient fortement d'accord pour dire que la fraude fiscale des entreprises réduit l'argent disponible pour les services essentiels (71 %) et 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 les perçoivent (68 %).
- Un accord fort baisse légèrement lorsqu'on lui demande s'il est acceptable pour l'Agence d'utiliser des renseignements accessibles au public (comme les médias sociaux) pour repérer les entreprises qui commettent une fraude fiscale (61 %), que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale (56 %) et que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales devant les tribunaux (51 %). Un tiers des répondants (33 %) étaient d'accord pour dire qu'il est acceptable pour les entreprises de ne pas déclarer les revenus reçus en espèces, par rapport à 45 % (ont donné une cote de 1 à 3) qui étaient en désaccord avec cet énoncé.
- Plus précisément, parmi les intermédiaires fiscaux, 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 51 % 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, 50 % 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.

Un peu moins d'intermédiaires fiscaux étaient fortement en accord pour dire que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale (47 %) et que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (43 %). 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 (22 %) – près de la moitié étaient entièrement en désaccord avec ce type d'activité (48 % ont donné une cote de 1 à 3).

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 ont révélé que 60 % 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 près de la moitié (45 %) 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 » :

- Plus de trois quarts des répondants (77 %) étaient 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 de deux tiers des répondants étaient d'avis que le fait de ne pas inscrire son entreprise (69 %), de ne pas réclamer des biens ou des revenus étrangers (67 %) ou de recevoir un crédit pour dons de bienfaisance plus élevé que le montant donné (63 %) représentait une fraude grave. Le niveau d'accord était légèrement inférieur pour ce qui suit : le fait de ne pas réclamer de l'argent tiré d'une location de chambre ou de maison par l'intermédiaire d'un site Web de location en ligne (57 %), de réaliser un profit en achetant ou de vendre de la cryptomonnaie sans le déclarer (56 %), et d'être payé en argent comptant pour éviter l'impôt sur le revenu (54 %), ou sous-déclaration du revenu en espèces (53 %).

Beaucoup moins de répondants (34 %) 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 estiment que le fait de produire de fausses demandes pour les programmes de prestations fiscales (80 %), de payer des employés en argent comptant pour éviter les impôts sur la paie (74 %) et de ne pas réclamer des biens ou des revenus étrangers (73 %) représente une fraude grave. Environ les deux tiers des répondants considéraient la fraude grave suivante : sous-déclaration du revenu en espèces (70 %), réception d'un crédit pour don de bienfaisance qui était plus élevé que le don (70 %), demande de dépenses en trop (67 %), ne pas demander de l'argent de la

chambre ou la location de maisons en utilisant des sites Web en ligne (67 %), ou en réalisant un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans la déclarer (65 %).

Le niveau d'accord était légèrement inférieur pour les comportements d'évitement fiscal suivants : ne pas inscrire son entreprise (57 %), ou ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les médias sociaux (50 %).

- Parmi les intermédiaires fiscaux, les plus grandes infractions fiscales perçues comprenaient la production de fausses déclarations pour les programmes de prestations fiscales (70 %), la non-réclamation de biens ou de revenus étrangers (59 %), le fait d'être payé en argent comptant pour éviter l'impôt sur le revenu (59 %) et la sous-déclaration du revenu en espèces (57 %). Un peu plus de la moitié des répondants considéraient que les activités suivantes constituent de graves cas de fraude : ne pas réclamer de l'argent provenant de la location de chambres ou de maisons à l'aide de sites Web en ligne (54 %), ne pas enregistrer son entreprise (53 %) et réaliser un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans le déclarer (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 (49 %), ainsi que le fait de ne pas déclarer les cadeaux reçus par des influenceurs sur les plateformes de médias sociaux (46 %) étaient des formes graves de fraude fiscale.

Beaucoup moins de répondants, bien qu'ils soient encore une proportion remarquable (39 %) 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.

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, 39 % des PME 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 celles qui avaient attribué une cote de 5 ou moins d'évaluer la gravité si le montant passait à 10 000 \$. Plus d'un cinquième (22 %) 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 \$, 18 % ont estimé qu'il s'agissait d'un grave cas de fraude fiscale.

- Environ le tiers des intermédiaires fiscaux (31 %) estimaient que le fait d'éviter de payer 1 000 \$ en impôt représente une fraude fiscale grave, tandis que 33 % 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, 14 % des répondants ont estimé qu'il s'agissait d'un grave cas de fraude fiscale, tandis que 63 % 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 6 %, 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 (74 %) ont estimé qu'il était très 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 68 % 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 (66 %) et lorsque les gens travaillent au noir pour de l'argent comptant (53 %).

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 written over a light gray, textured rectangular background.

Le 27 mars 2025
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 2024-2025, 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.

- Fournir des données dans le cadre d'autres initiatives d'établissement de rapports et de suivi d'entreprise, y compris 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 de leur 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= 16).

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 ». Certains répondants (12 %) estimaient que le rendement global est bon (cotes de 8 à 10), tandis qu'une majorité (53 %) des répondants ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). Environ le tiers des Canadiens (33 %) ont décrit le rendement global comme étant médiocre (cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 4,7, soit une cote neutre.

Tableau 1. Rendement global du gouvernement du Canada

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

Cote globale	Total (n = 2 400)	ATL (n = 260)	QC (n = 550)	Ont./ Nt (n = 800)	Man./ Sask. (n = 250)	Alb./ T.N.-O. (n = 230)	C.-B./ Yn (n = 310)	De 18 à 2 4 ans (n = 61)	De 25 à 3 4 ans (n = 175)	De 35 à 49 ans (n = 385)	De 50 à 64 ans (n = 634)	65 et plus (n = 1 115)
8 – 10 (bon)	12 %	15 %	13 %	14 %	11 %	8 %	12 %	14 %	12 %	11 %	11 %	14 %
4 – 7 (neutre)	53 %	52 %	62 %	52 %	52 %	40 %	56 %	56 %	68 %	48 %	52 %	49 %
1 – 3 (faible)	33 %	28 %	23 %	34 %	37 %	52 %	32 %	25 %	17 %	40 %	36 %	36 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	1 %	6 %	3 %	1 %	<1 %	<1 %	<1 %	4 %	2 %	<1 %	1 %	1 %
Moyenne	4,7	5,0	5,1	4,7	4,5	3,9	4,6	5,1	5,4	4,4	4,5	4,6

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 :

- Les cotes de rendement moyennes étaient plus élevées au Québec (5,1), au Canada atlantique (5,0), en Ontario (4,7), en Colombie-Britannique (4,6) et au Manitoba ou en Saskatchewan (4,5) par rapport aux personnes vivant en Alberta (3,9).
- Les femmes ont attribué une cote moyenne plus élevée que les hommes (5,0 par rapport à 4,4).

- Les répondants âgés de 25 à 34 ans (5,4) ont attribué une cote plus élevée en moyenne que ceux de 35 à 49 ans (4,4), de 50 à 64 ans (4,5) et de 65 ans ou plus (4,6).
- Les Canadiens ayant fait des études universitaires (5,0) ont attribué des cotes plus élevées que ceux ayant fait des études secondaires (4,4), ou des études dans une école de métiers ou un collège (4,5).
- La cote de rendement moyenne était plus élevée pour ceux dont la langue officielle principale était le français par rapport à l'anglais (5,0 par rapport à 4,6).
- Les étudiants (7,1), les personnes qui travaillent à temps partiel (4,8) ou à temps plein (4,8), ou les Canadiens à la retraite (4,5) étaient plus susceptibles de donner une note favorable au gouvernement du Canada que ceux qui étaient des travailleurs indépendants (3,9).
- Les personnes nées à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles nées au Canada (5,6 par rapport à 4,4).

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 ». Près d'un quart des répondants (24 %) ont estimé que le rendement de l'Agence est bon (cotes de 8 à 10), tandis que plus de la moitié (58 %) des répondants ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). En revanche, moins de répondants (14 %) ont décrit le rendement global comme étant médiocre (cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 5,9, 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)	Ont./ Nt (n = 800)	Man./ Sask. (n = 250)	Alb./ T.N.-O. (n = 230)	C.-B./ Yn (n = 310)	De 18 à 24 ans (n = 61)	De 25 à 34 ans (n = 175)	De 35 à 49 ans (n = 385)	De 50 à 64 ans (n = 634)	65 et plus (n = 1 115)
8 – 10 (bon)	24 %	26 %	25 %	26 %	28 %	13 %	23 %	7 %	28 %	22 %	26 %	29 %
4 – 7 (neutre)	58 %	60 %	63 %	55 %	51 %	65 %	59 %	81 %	58 %	56 %	55 %	54 %
1 – 3 (faible)	14 %	12 %	8 %	15 %	18 %	20 %	16 %	6 %	12 %	18 %	15 %	14 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	4 %	2 %	4 %	5 %	4 %	2 %	2 %	6 %	3 %	5 %	4 %	3 %
Moyenne	5,9	6,0	6,2	5,9	5,8	5,4	5,8	5,7	6,3	5,6	5,9	6,0

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 (6,2) étaient beaucoup plus susceptibles d'évaluer le rendement de l'Agence de façon positive par rapport à celles qui vivent en Ontario (5,9), en Colombie-Britannique (5,8), au Manitoba et en Saskatchewan (5,8) ou en Alberta (5,4).
- Les femmes étaient plus susceptibles de donner une cote favorable à l'Agence que les hommes (6,1 par rapport à 5,8).
- La cote de rendement moyenne était plus élevée pour ceux dont la langue officielle principale était le français par rapport à l'anglais (6,2 par rapport à 5,8).
- Les étudiants (6,7), les Canadiens retraités (6,0), ceux qui travaillent à temps partiel (6,0) ou à temps plein (5,9), ou les Canadiens sans emploi (5,9) étaient plus susceptibles d'évaluer l'Agence de façon favorable par rapport à ceux qui étaient des travailleurs indépendants (5,2).
- Les personnes nées à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que celles nées au Canada (6,3 par rapport à 5,8).
- Les répondants qui ont récemment communiqué avec l'Agence par la poste (6,2) ou par l'intermédiaire du service Mon dossier de l'Agence (6,2) ont fourni des cotes favorables par rapport à ceux dont la communication a eu lieu par téléphone (5,5).

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 (25 %), suivies des possibilités d'amélioration générales (14 %), de la réceptivité au moment de la communication (11 %), d'une aversion générale à l'égard du paiement de l'impôt (7 %) et des problèmes rencontrés lors de l'interaction avec l'Agence (6 %).

Tableau 3. Raison de l'évaluation du rendement global

Base : (Population générale) Répondants qui ont fourni une évaluation valide (n= 2 318)

Raison du classement	Total (n = 2 318)	De 8 à 10 Bon (n = 634)	De 4 à 7 Neutre (n = 1 327)	De 1 à 3 Faible (n = 357)
Faire un bon travail/jamais eu de problème	25 %	50 %	21 %	<1 %
Il y a toujours place pour une amélioration.	14 %	9 %	19 %	2 %
Pas réactive/longs temps d'attente/difficile à joindre	11 %	5 %	13 %	17 %
Percevoir trop d'impôt/ne pas aimer payer des impôts	7 %	2 %	7 %	16 %
Politiques et pratiques injustes (généralités)	6 %	3 %	5 %	14 %
Processus compliqué/inefficace/lent	5 %	1 %	6 %	10 %
Bon service à la clientèle (généralités)	4 %	10 %	3 %	<1 %
Mauvais service à la clientèle (général)	4 %	-	3 %	14 %
Méfiance à l'égard de l'organisation/manque de transparence	4 %	<1 %	4 %	9 %
Facile à joindre/rapide/réceptif	3 %	10 %	1 %	-
Problèmes éprouvés (généralités)	3 %	1 %	3 %	10 %
Processus efficace de production des déclarations de revenus	3 %	6 %	3 %	-
Fournir trop peu de prestations et de crédits (généralités)	3 %	<1 %	3 %	5 %
Mauvaise qualité des services en ligne et du site Web	3 %	2 %	3 %	3 %
Faire des fautes/erreurs	2 %	1 %	2 %	6 %
Difficile à comprendre/trop compliqué	2 %	2 %	2 %	2 %
Fournir des déclarations/paiements réguliers	2 %	5 %	1 %	-
Services en ligne/site Web convivial	2 %	5 %	1 %	-
Facilité d'accès et de compréhension des renseignements	2 %	5 %	<1 %	-
Difficulté de trouver les renseignements.	1 %	<1 %	1 %	2 %
Problèmes de sécurité et de protection des renseignements personnels	1 %	1 %	1 %	2 %
Mauvaise résolution des problèmes	1 %	-	<1 %	6 %
Problèmes éprouvés avec les prestations d'urgence liées à la COVID-19	1 %	-	<1 %	4 %
Processus équitable/échéances faciles à respecter	1 %	3 %	<1 %	-
Mauvais service à la clientèle du centre d'appels	1 %	<1 %	1 %	1 %
Problèmes éprouvés avec les pensions	<1 %	-	<1 %	<1 %
Autre	5 %	4 %	4 %	12 %
Ne sais pas/refuse de répondre	11 %	10 %	13 %	5 %

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 :

- Ceux qui ont fourni de bonnes cotes avaient tendance à n'avoir jamais rencontré de problème dans leurs interactions avec l'Agence (50 %), avaient reçu un bon service à la clientèle (10 %), avaient décrit l'Agence comme étant réceptive (10 %) ou avaient connu une production de déclarations de revenus efficace processus (6 %).
- 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 (19 %). Ceux qui ont attribué une cote neutre étaient les plus susceptibles de ne pas fournir de raison valable pour leur évaluation (13 %).
- Les répondants qui ont obtenu une cote de rendement global médiocre avaient tendance à avoir de la difficulté à communiquer avec l'Agence (17 %), à avoir une aversion générale à l'égard du paiement de l'impôt (16 %), à décrire des pratiques déloyales (14 %), un mauvais service à la clientèle (14 %) et un processus inefficace de production des déclarations de revenus (10 %), des problèmes généraux (10 %) ou méfiance à l'égard de l'Agence (9 %).

Confiance envers l'Agence du revenu du Canada

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 (48 %) étaient fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que les employés de l'Agence sont dignes de confiance, tandis qu'un peu moins est d'accord pour dire que les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail (43 %). Moins de répondants estiment que l'Agence travaille au profit de tous les Canadiens (40 %) et qu'ils font confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste (37 %).

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 » (7,0), 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 (6,3 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 4. 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.)	48 %	38 %	10 %	4 %	7,0
Les employés de l'Agence sont capables d'exercer leurs fonctions convenablement (B-3d.)	43 %	42 %	10 %	5 %	6,8
L'Agence travaille dans l'intérêt de tous les Canadiens (B-3b.)	40 %	42 %	16 %	2 %	6,4
L'Agence est digne de confiance pour prendre les bonnes mesures (B-3a.)	37 %	44 %	16 %	2 %	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 ».

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 :

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, 32 % ont une cote élevée de l'indice de confiance (cotes de 8 à 10), tandis que 54 % ont une cote neutre de l'indice de confiance (cotes de 4 à 7). Moins de répondant (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 6,6.

Tableau 5. 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)	Ont./ Nt (n = 800)	Man./ Sask. (n = 250)	Alb./ T.N.-O. (n = 230)	C.-B./ Yn (n = 310)	De 18 à 24 ans (n = 61)	De 25 à 34 ans (n = 175)	De 35 à 49 ans (n = 385)	De 50 à 64 ans (n = 634)	65 et plus (n = 1 115)
De 8 à 10	32 %	37 %	37 %	34 %	34 %	22 %	22 %	25 %	33 %	32 %	33 %	32 %
4 à < 8	54 %	50 %	55 %	52 %	42 %	60 %	62 %	63 %	59 %	51 %	52 %	53 %
1 à < 4	13 %	13 %	7 %	12 %	23 %	18 %	15 %	8 %	7 %	16 %	15 %	14 %
Je ne sais pas	1 %	-	1 %	2 %	<1 %	-	<1 %	5 %	<1 %	<1 %	<1 %	<1 %
Moyenne	6,6	6,6	7,1	6,6	6,3	5,8	6,4	6,7	7,0	6,3	6,5	6,5

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

- Les répondants vivant au Québec (7,1) ont fourni une cote moyenne de l'indice de confiance plus élevée que ceux qui vivent au Canada atlantique (6,6), en Ontario (6,6), en Colombie-Britannique (6,4), au Manitoba ou en Saskatchewan (6,3) ou en Alberta (5,8).
- Les Canadiens âgés de 25 à 34 ans (7,0) avaient une cote moyenne de l'indice de confiance qui était supérieure à celle des répondants de 35 à 49 ans (6,3), de 50 à 64 ans (6,5), et de 65 ans ou plus (6,5).
- Ceux dont la langue officielle principale était le français ont attribué une cote moyenne plus élevée que les anglophones (7,1 par rapport à 6,4).
- Les étudiants (7,3), ceux qui travaillent à temps partiel (6,7), les Canadiens sans emploi (6,7), ceux qui travaillent à temps plein (6,6) ou les Canadiens à la retraite (6,6) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que ceux qui étaient des travailleurs indépendants (5,2).
- Les répondants nés à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée que ceux nés au Canada (7,0 par rapport à 6,4).
- 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) [6,6] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [3,5].

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 ».

Environ les deux cinquièmes des répondants étaient fortement d'accord pour dire que l'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus (43 %), que l'Agence s'assure que tout le monde reçoit les prestations auxquelles il a droit (38 %) et que l'Agence est utile (36 %). Un peu moins des répondants ont convenu que l'Agence s'assure que tout le monde paie sa juste part d'impôt (29 %).

Tableau 6. 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)	43 %	39 %	13 %	5 %	6,7
Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde reçoit les prestations et les crédits d'impôt auxquels ils ont droit. (B-3p)	38 %	44 %	15 %	3 %	6,4
L'Agence est utile. (B-3h)	36 %	45 %	16 %	4 %	6,3
Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde paie sa juste part d'impôt. (B-3o)	29 %	46 %	23 %	3 %	5,7

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 comprenaient les suivantes :

- Les répondants qui n'ont pas eu de contact avec l'Agence au cours des 12 derniers mois étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence s'assure que tout le monde reçoit les prestations auxquelles ils ont droit par rapport à ceux qui ont interagi avec l'Agence (6,5 par rapport à 6,1).
- Les Canadiens ayant un revenu du ménage de moins de 40 000 \$ (6,8) ou de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (6,6) étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence s'assure que tout le monde reçoit les prestations auxquelles ils ont droit par rapport à ceux qui gagnent un revenu de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (6,2) ou de 150 000 \$ ou plus (5,9).

- Ceux dont le revenu du ménage est de moins de 40 000 \$, de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$, ou de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ étaient plus susceptibles de fournir des cotes plus élevées pour les mesures de serviabilité suivantes par rapport à ceux qui gagnent un revenu de 150 000 \$ ou plus :
 - L'Agence est utile (6,7; 6,5 et 6,0 par rapport à 5,9).
 - Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde paie sa juste part d'impôt (6,2; 5,9 et 5,6 par rapport à 5,2).
- Les Canadiens qui vivent au Québec ont donné une cote plus favorable à l'Agence pour les mesures de serviabilité suivantes par rapport à ceux des autres régions du pays :
 - Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde reçoit les prestations et les crédits d'impôt auxquels ils ont droit (7,3 Québec par rapport à 6,1 région de l'Atlantique; 6,3 Ontario; 6,1 Manitoba/Saskatchewan; 5,7 Alberta; 5,9 Colombie-Britannique)
 - L'Agence est utile (6,9 par rapport à 6,6; 6,2; 6,0; 5,8 et 6,0).
 - Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde paie sa juste part d'impôt (6,5 par rapport à 5,7; 5,7; 5,2; 4,9 et 5,2)
- Ceux dont la langue officielle principale était le français étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les paramètres suivants que les anglophones :
 - Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde reçoit les prestations et les crédits d'impôt auxquels ils ont droit (7,2 par rapport à 6,1).
 - L'Agence est utile (6,9 par rapport à 6,1).
 - Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde paie sa juste part d'impôt (6,6 par rapport à 5,4).
- 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 (7,2 par rapport à 6,6).
 - L'Agence est utile (6,9 par rapport à 6,1).
 - Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde reçoit les prestations et les crédits d'impôt auxquels ils ont droit (6,8 par rapport à 6,2).

- Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde paie sa juste part d'impôt (6,5 par rapport à 5,5).
- Les femmes étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes que les hommes :
 - L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (6,9 par rapport à 6,6).
 - L'Agence est utile (6,5 par rapport à 6,0).

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.

Plus de la moitié des répondants avaient un niveau de confiance élevé (54 %, cotes de 8 à 10), tandis que 34 % ont exprimé une confiance modérée (cotes de 4 à 7). En revanche, moins de répondants (11 %) ont 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 7,1, ce qui représente une cote d'accord modérément élevée.

Tableau 7. 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-3I)	54 %	34 %	11 %	1 %	7,1

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 ».

Parmi les groupes démographiques, certaines différences intéressantes sont ressorties :

- Les répondants vivant au Québec (7,7) ont encore une fois donné une cote plus positive à l'Agence que ceux qui vivent au Canada atlantique (7,1), en Ontario (7,1), au Manitoba ou en Saskatchewan (7,0), en Colombie-Britannique (6,9) ou en Alberta (6,5).

- Les Canadiens âgés de 25 à 34 ans (7,6) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que ceux de 35 à 49 ans (6,9), de 50 à 64 ans (7,0) ou de 65 ans ou plus (7,2).
- Les femmes étaient plus susceptibles de donner une cote favorable à l'Agence que les hommes (7,3 par rapport à 7,0).
- Les répondants dont la langue officielle principale était le français étaient plus susceptibles d'être d'accord que les anglophones (7,6 par rapport à 7,0).
- Les répondants nés à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée que ceux nés au Canada (7,5 par rapport à 7,0).
- Les Canadiens qui travaillent à temps partiel (7,4), ceux sans emploi (7,3), ceux qui travaillent à temps plein (7,1) ou qui sont à la retraite (7,1) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que ceux qui étaient des travailleurs indépendants (6,4).
- 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) [7,1] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [4,5].

Équité

On a demandé aux Canadiens dans quelle mesure ils étaient d'accord avec une série d'énoncés liés à la notion de 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 ».

Près des trois quarts des répondants (73 %) 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 de trois répondants sur cinq (56 %) ont également convenu que l'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude, à moins qu'il y ait des preuves du contraire, tandis que moins d'entre eux conviennent que l'Agence s'assure que les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération (41 %). L'accord était le plus faible lorsqu'on leur a demandé si l'Agence traite les contribuables de façon équitable (36 %) et est juste pour déterminer les impôts à vérifier (35 %). Au total, 15 % des répondants n'étaient pas certains ou ont refusé d'évaluer la mesure dans laquelle l'Agence est juste en ce qui concerne la détermination des impôts à vérifier, ce qui suggère un écart dans les connaissances par rapport aux autres mesures d'équité.

Tableau 8. Perceptions de l'équité

Base : (Population générale) Tous les répondants (n= 2 400)/échantillon fractionné, module de service (n= 1 198)/module d'observation (1 202)

Énoncés sur l'équité	De 8 à 10	De 4 à 7	De 1 à 3	SP/RR	Moyenne
Les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à la même pénalité, peu importe qui elles sont. (F-6i)	73 %	17 %	9 %	1 %	8,1
L'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude jusqu'à preuve du contraire. (E-5a)	56 %	32 %	7 %	4 %	7,5
L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération. (B-3n)	41 %	39 %	14 %	5 %	6,5
L'Agence traite les contribuables de façon équitable. (B-3i)	36 %	44 %	17 %	4 %	6,2
L'Agence du revenu du Canada est juste pour déterminer les impôts à vérifier. (E-5d)	35 %	39 %	12 %	15 %	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 ». /**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 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 (8,7 par rapport à 7,6 de ceux qui évaluent l'Agence entre 4 et 7, et 5,6 de ceux qui évaluent l'Agence entre 1 et 3).
 - L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération (8,3 par rapport à 6,5 et 3,7).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (8,1 par rapport à 6,2 et 3,1, respectivement).

- L'Agence est juste en ce qui concerne la détermination des impôts à vérifier (7,8 par rapport à 6,6 et 4,4).
- 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 suppose que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (8,1 Québec par rapport à 7,1 région de l'Atlantique, 7,5 Ontario, 7,5 Manitoba/Saskatchewan, 6,7 Alberta, 7,1 Colombie-Britannique)
 - L'Agence est juste en ce qui concerne la détermination des impôts à vérifier (7,8 par rapport à 6,2; 6,5; 6,0; 5,1 et 5,8).
 - L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération (7,4 par rapport à 6,4; 6,4; 6,0; 5,8 et 6,4)
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (6,9 par rapport à 6,0; 6,3; 5,9; 5,5 et 6,0).
- Les répondants dont la principale langue parlée était le français étaient plus susceptibles de convenir que :
 - L'Agence suppose que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (8,1 par rapport à 7,3 chez les personnes principalement anglophones).
 - L'Agence est juste en ce qui concerne la détermination des impôts à vérifier (7,7 par rapport à 6,1).
 - L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération (7,2 par rapport à 6,3).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (6,8 par rapport à 6,1).
- Les personnes sans handicap étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération que ceux qui s'identifient comme ayant une déficience (6,6 par rapport à 6,1).
- Les étudiants (7,8) étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération que ceux qui travaillent à temps partiel (6,6), les retraités (6,4) et ceux qui travaillent à temps plein (6,3) ou ceux qui étaient des travailleurs indépendants (6,2).
- Les répondants qui sont nés à l'extérieur du Canada étaient plus susceptibles de convenir que :

- L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération (7,0 par rapport à 6,4 de ceux qui sont nés au Canada).
- L'Agence traite les contribuables de façon équitable (6,7 par rapport à 6,1).
- Les Canadiens de 25 à 34 ans étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes que ceux âgés de 35 à 49 ans, de 50 à 64 ans et de 65 ans ou plus :
 - L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération (7,1 par rapport à 6,4; 6,5 et 6,4).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (6,7 par rapport à 6,1; 6,1 et 6,2).
- Les personnes âgées de 50 à 64 ans ou de 65 ans ou plus étaient plus susceptibles d'être d'accord que les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire l'objet de la même pénalité, peu importe qui elles sont, comparativement aux personnes âgées de 25 à 34 ans (7,7) ou de 35 à 49 ans (7,9).
- Ceux dont le revenu du ménage était inférieur à 40 000 (8,2), de 40 000 \$ à 80 000 \$ (8,4) ou de 80 000 \$ à 150 000 (8,2) étaient plus susceptibles d'être d'accord que ceux qui étaient reconnus coupables de fraude fiscale devraient être assujettis à la même pénalité, peu importe qui ils sont par rapport à qui ceux qui gagnent 150 000 \$ ou plus (7,4).

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 » :

La moitié des répondants étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) que l'Agence est responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (50 %), tandis que 41 % des répondants étaient d'accord pour dire que l'Agence appuie l'accessibilité des produits du gouvernement et du service à la clientèle. Moins de répondants (20 %) 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 (26 %) 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 9. Perceptions d'ouverture et de transparence

Base : (Population générale) Échantillon fractionné, module de service (n= 1 198)/module d'observation (1 202)

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-5e)	50 %	32 %	11 %	7 %	7,1
L'Agence appuie le fait de rendre les produits du gouvernement et le service à la clientèle accessibles pour tous. (E-5f)	41 %	44 %	11 %	4 %	6,7
L'Agence est transparente avec le public quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt. (F-6j)	20 %	44 %	26 %	9 %	5,2

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 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 à ceux nés au Canada (6,1 par rapport à 5,0).
- Les Canadiens vivant au Québec (8,5) étaient plus susceptibles de convenir que l'Agence se tient responsable des renseignements écrits par rapport à ceux qui vivent au Canada atlantique (7,1), en Ontario (7,0), au Manitoba ou en Saskatchewan (6,9), en Colombie-Britannique (6,4), ou en Alberta (5,7).
- Ceux dont la langue parlée principale était le français étaient plus susceptibles de fournir des cotes plus élevées pour les mesures suivantes que les anglophones :
 - L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (8,0 par rapport à 6,8).
 - L'Agence appuie l'accessibilité des produits et des services (7,2 par rapport à 6,5).
 - L'Agence est transparente quant à la poursuite de ceux qui pourraient devoir de l'impôt (5,9 par rapport à 5,0).

- Les personnes dont la langue parlée principale était l'anglais et qui vivaient au Québec étaient plus susceptibles de convenir que l'Agence est responsable des renseignements écrits par rapport aux francophones vivant à l'extérieur du Québec (8,9 par rapport à 6,4).
- Ceux dont la récente interaction avec l'Agence a eu lieu par la poste étaient plus susceptibles de convenir que l'Agence est responsable des renseignements écrits par rapport à ceux dont la communication a eu lieu au moyen du service en ligne Mon dossier (7,9 par rapport à 6,8).
- Ceux qui gagnent moins de 40 000 \$ (5,7) étaient plus susceptibles d'accorder des cotes plus élevées pour la transparence au sujet de la poursuite de ceux qui pourraient devoir de l'impôt par rapport à ceux qui gagnent des revenus de 80 000 \$ à 100 000 \$ (5,0) ou de 150 000 \$ ou plus (4,8).

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 « médiocre » et 10, « excellent ». Près de la moitié des répondants (46 %) estimaient que le rendement de l'Agence est bon (cotes de 8 à 10), avec 35 % des répondants qui ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). Moins de répondants ont décrit le rendement global comme étant médiocre (17 %, cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 6,5, soit une cote neutre.

Tableau 10. Rendement global du gouvernement du Canada

Base : (PME) Tous les répondants (n = 803)

Cote globale	Total (n = 803)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 520)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 279)	Propriétaire unique (n = 568)	Sociétés de personnes (n = 93)	Entreprise constituée en société (n = 110)
8 – 10 (bon)	46 %	59 %	23 %	51 %	54 %	14 %
4 – 7 (neutre)	35 %	27 %	50 %	33 %	30 %	55 %
1 – 3 (faible)	17 %	12 %	26 %	15 %	16 %	31 %
Je ne sais pas/Refus	1 %	1 %	2 %	2 %	-	1 %
Moyenne	6,5	7,2	5,3	6,8	6,8	4,7

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

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 la moitié des répondants (52 %) estimaient que le rendement de l'Agence est bon (cotes de 8 à 10), tandis que 34 % des répondants ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). Moins de répondants (12 %) ont décrit le rendement global comme étant médiocre (cotes de 1 à 3). Ces cotes ont donné lieu à une cote moyenne de 7,0 pour les PME.

Tableau 11. Rendement global de l'Agence

Base : (PME) Tous les répondants (n = 803)

Cote globale	Total (n = 803)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 520)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 279)	Propriétaire unique (n = 568)	Sociétés de personnes (n = 93)	Entreprise constituée en société (n = 110)
8 – 10 (bon)	52 %	64 %	32 %	57 %	61 %	19 %
4 – 7 (neutre)	34 %	26 %	49 %	31 %	26 %	58 %
1 – 3 (faible)	12 %	9 %	17 %	10 %	13 %	21 %
Je ne sais pas/Refus	2 %	2 %	2 %	2 %	-	2 %
Moyenne	7,0	7,6	5,9	7,2	7,2	5,3

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 (7,6 par rapport à 5,9).
- Les sociétés de personnes (7,2) et les propriétaires uniques (7,2) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que les entreprises constituées en société (5,3).
- Ceux qui comptaient de 5 à 99 employés ont attribué une cote plus élevée en moyenne que ceux qui avaient moins d'employés (8,2 par rapport à 6,1).
- Ceux qui avaient communiqué avec l'Agence en ligne (7,7) ou par la poste (7,5) ont attribué une cote plus élevée que ceux qui ont utilisé le téléphone (5,8).
- Ceux qui exercent leurs activités en Ontario (7,3), en Colombie-Britannique (7,2) ou au Québec (7,1) ont fourni des cotes moyennes plus élevées que celles de l'Alberta (6,1), du Manitoba ou de la Saskatchewan (5,7).
- Les hommes ont attribué des cotes moyennes plus élevées que les femmes (7,3 par rapport à 6,7).
- Les PME autochtones interrogées avaient tendance à attribuer des cotes plus élevées que les répondants non autochtones (8,2 par rapport à 6,8).

- Les répondants âgés 35-49 (7,8) ont attribué une cote plus élevée en moyenne que ceux 25-34 (7,1), 50-64 (5,7) et de 65 ans ou plus (6,1).
- Les personnes inscrites au service Mon dossier d'entreprise ont fourni des cotes moyennes plus élevées que celles qui n'étaient pas inscrites (7,2 par rapport à 6,5).
- Les entreprises dont la méthode de production des déclarations de revenus a utilisé des ressources internes ont obtenu une cote plus élevée en moyenne que celles qui utilisent des services de préparation de déclarations de revenus externes (7,3 par rapport à 6,7).

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 – 42 %; mauvais service à la clientèle – 23 %), au mauvais rendement global (10 %) et à la qualité ou fonctionnalité du site Web de l'Agence (8 %).

Tableau 12. Raison de l'évaluation du rendement global

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

Raison du classement	Total (n = 788)	De 8 à 10 Bon (n = 421)	De 4 à 7 Neutre (n = 273)	De 1 à 3 Faible (n = 94)
Bon service/service à la clientèle	42 %	66 %	19 %	3 %
Mauvais service/service à la clientèle	23 %	8 %	35 %	56 %
Rendement inefficace ou médiocre	10 %	3 %	16 %	22 %
Bon site Web ou portail en ligne	8 %	14 %	2 %	-
Mentions négatives (« prend trop de temps », « je les déteste », etc.)	8 %	1 %	13 %	22 %
Facilité d'utilisation, simplicité ou traitement facile	6 %	11 %	1 %	1 %
Site Web médiocre	6 %	3 %	8 %	14 %
Sûr/fiable	5 %	8 %	1 %	-
Service lent	4 %	1 %	7 %	3 %
Neutre	2 %	<1 %	3 %	2 %
Mentions positives (p. ex., bon, j'aime, excellent, etc.)	<1 %	<1 %	1 %	-
L'économie s'améliore	<1 %	-	<1 %	-
Bonne réputation	<1 %	<1 %	-	-
Autre	4 %	3 %	5 %	5 %
Rien	8 %	5 %	14 %	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 ressortaient :

- Les PME qui ont fourni de bonnes cotes étaient plus susceptibles de dire qu'elles avaient reçu un bon service à la clientèle (66 %), ont indiqué qu'elles ont apprécié le site Web (14 %), la facilité d'utilisation globale ou la simplicité (11 %) et la fiabilité (8 %).
- Les PME qui ont fourni une cote neutre ont surtout mentionné des problèmes liés au rendement du site Web (7 %), et ont fourni une rétroaction mitigée sur le service à la clientèle (19 % bon, 35 % médiocre).
- Les répondants qui ont obtenu une cote de rendement global médiocre avaient tendance à avoir eu un mauvais service à la clientèle en communiquant avec l'Agence (56 %), des inefficacités dans le rendement (22 %), des mentions générales négatives (22 %) ou des problèmes liés au rendement du site Web (14 %).

Confiance envers l'Agence

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 (57 %) et qu'ils étaient capables de bien faire leur travail (57 %). Un peu moins des répondants ont également convenu que l'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens (54 %), tandis que 53 % ont convenu qu'ils faisaient confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste.

Tableau 13. Perceptions de la fiabilité

Base : (PME) Tous les répondants (n= 803)

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.)	57 %	31 %	10 %	2 %	7,3
Les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail. (B-3d.)	57 %	32 %	9 %	3 %	7,2
L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens. (B-3b.)	54 %	30 %	14 %	2 %	7,0

Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste. (B-3a.)	53 %	32 %	13 %	2 %	7,0
---	------	------	------	-----	-----

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 ».

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, la moitié des PME interrogées (50 %) ont une cote élevée de l'indice de confiance (cotes de 8 à 10), 38 % ont une cote neutre (cotes de 4 à 7), tandis que 12 % ont des cotes d'indice faibles (1 à 3). La cote moyenne de l'indice de confiance pour les PME était de 7,1.

Tableau 14. Calculs de l'indice de confiance

Base : (PME) Tous les répondants (n = 803)

Cote de l'indice de confiance	Total (n = 803)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 520)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 279)	Propriétaire unique (n = 568)	Sociétés de personnes (n = 93)	Entreprise constituée en société (n = 110)
8 – 10	50 %	60 %	30 %	54 %	51 %	20 %
4 à < 8	38 %	31 %	49 %	35 %	44 %	48 %
1 à < 4	12 %	8 %	20 %	10 %	5 %	32 %
Je ne sais pas	1 %	<1 %	1 %	1 %	-	-
Moyenne	7,1	7,6	6,1	7,3	7,4	5,4

En ce qui concerne les cotes globales de l'indice de confiance, les comparaisons dignes de mention entre les sous-groupes comprenaient 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 plus de 10 ans (7,6 par rapport à 6,1).

- Les sociétés de personnes (7,4) et les propriétaires uniques (7,3) ont attribué des cotes moyennes plus élevées que les entreprises constituées en société (5,4).
- Ceux qui comptaient de 5 à 99 employés (8,1) ont attribué une cote plus élevée en moyenne que ceux qui avaient moins d'employés (6,3).
- Parmi ceux qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois, les répondants qui ont communiqué avec l'Agence en ligne (7,6) ou par la poste (7,6) ont fourni des cotes moyennes plus élevées que ceux qui ont communiqué par téléphone (6,3).
- Ceux dont le but de la communication était lié à la paie (8,4) ont fourni une cote plus élevée en moyenne que ceux dont le but était de demander des renseignements liés à une vérification, un différend ou un examen (8,0), les taxes d'affaires (7,9), la TPS/TVH (7,5) ou liés à Mon dossier d'entreprise (7,4).
- Les entreprises exploitées en Ontario (7,3), au Québec (7,3) ou en Colombie-Britannique (7,2) ont fourni une note moyenne plus élevée que celles de l'Alberta (6,2), du Manitoba ou de la Saskatchewan (6,0).
- Les répondants qui estiment que l'Agence déploie juste assez d'efforts (8,0) pour réduire la fraude fiscale ont attribué une cote de confiance plus élevée, en moyenne, que ceux qui estiment qu'elle en déploie trop (7,3) ou trop peu (6,6).
- Ceux qui étaient tout à fait d'accord que l'Agence attrape des fraudeurs fiscaux (cotes de 8 à 10) [8,5] 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) [4,2].
- Ceux qui évaluaient le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,6] ont attribué une cote plus élevée que ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (6,1) ou médiocre (3,1).
- Les répondants autochtones ont attribué une cote moyenne plus élevée que les répondants non autochtones (8,2 par rapport à 6,9).
- Les hommes ont fourni des cotes moyennes plus élevées que les femmes (7,3 par rapport à 6,8).
- Les personnes inscrites au service Mon dossier d'entreprise ont fourni des cotes moyennes plus élevées que celles qui n'étaient pas inscrites (7,2 par rapport à 6,4).

- Les entreprises dont la méthode de production des déclarations de revenus a utilisé des ressources internes ont obtenu une cote plus élevée en moyenne que celles qui utilisent des services de préparation de déclarations de revenus externes (7,3 par rapport à 6,8).

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 ».

Plus de deux tiers des PME interrogées 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 (68 %), tandis que 65 % étaient d'accord pour dire que les renseignements arrivent à temps pour leur entreprise. Près de trois répondants sur cinq étaient tout à fait d'accord que l'Agence fournissait suffisamment de renseignements pour respecter leurs obligations fiscales d'entreprise (58 %) et faciliterait le processus de production de déclarations de revenus d'entreprise (58 %), tandis que plus de la moitié étaient d'accord pour dire que l'Agence est utile (54 %), travaille fort pour aider les Canadiens avec leurs questions fiscales (53 %) et on peut compter sur elle pour s'assurer que tout le monde reçoit les prestations et les crédits d'impôt auxquels ils ont droit (52 %). Un peu moins de répondants étaient fortement d'accord pour dire que les Canadiens peuvent compter sur l'Agence pour s'assurer que tout le monde paie sa juste part d'impôt (49 %).

Tableau 15. 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)	68 %	27 %	4 %	1 %	7,9
Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps. (B-3k)	65 %	25 %	7 %	2 %	7,7
L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales. (B-3j)	58 %	31 %	8 %	3 %	7,4
L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus d'entreprise. (B-3f)	58 %	30 %	10 %	2 %	7,3
L'Agence est utile. (B-3h)	54 %	32 %	13 %	2 %	7,0
L'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt et de prestations (B-3e).	53 %	33 %	11 %	3 %	7,1
Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde reçoit les prestations et les crédits d'impôt auxquels ils ont droit. (B-3p)	52 %	33 %	13 %	3 %	7,0
Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde paie sa juste part d'impôt. (B-3o)	49 %	31 %	17 %	3 %	6,7

B-3. Comment évalueriez-vous l'Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? Utilisez une échelle de 1 à 10, où 1 représente un désaccord total avec l'énoncé, et où 10 signifie que vous êtes complètement d'accord avec l'énoncé.

En ce qui concerne les diverses mesures de serviabilité, les différences entre les sous-groupes comprenaient les suivantes :

- Les entreprises exploitées au Québec, en Ontario ou en Colombie-Britannique avaient tendance à obtenir des résultats plus élevés dans l'ensemble des mesures de serviabilité :
 - L'Agence traite les déclarations de revenus de mon entreprise en temps opportun (8,1 au Québec, 8,1 en Ontario, 8,0 en Colombie-Britannique par rapport à 7,5 au Canada atlantique, 7,1 au Manitoba ou en Saskatchewan, 7,4 en Alberta)

- Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps (8,0; 7,8 et 7,8 par rapport à 7,7; 6,7 et 7,0).
 - L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,6; 7,6 et 7,5 par rapport à 7,0; 6,5 et 6,6).
 - L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,5; 7,6 et 7,3 par rapport à 7,0; 6,4 et 6,3).
 - L'Agence est utile (7,2; 7,4 et 7,2 par rapport à 6,7; 5,9 et 6,1)
 - L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens (7,4; 7,3 et 7,4 par rapport à 6,6; 5,9 et 6,4)
 - L'Agence veille à ce que les Canadiens obtiennent les prestations ou les crédits d'impôt auxquels ils ont droit (7,1; 7,4 et 7,2 par rapport à 6,6; 5,8 et 6,0)
 - L'Agence veille à ce que les Canadiens paient leur juste part d'impôt (6,8; 7,1 et 6,7 par rapport à 5,7; 5,8 et 5,8)
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d'être d'accord avec tous les énoncés suivants que celles en activité depuis plus de 10 ans :
 - L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (8,1 par rapport à 7,6).
 - Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps (8,0 par rapport à 7,2).
 - L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,7 par rapport à 6,7).
 - L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,7 par rapport à 6,3).
 - L'Agence est utile (7,6 par rapport à 6,1).
 - L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens (7,7 par rapport à 6,1).
 - L'Agence veille à ce que les Canadiens obtiennent les prestations ou les crédits d'impôt auxquels ils ont droit (7,6 par rapport à 5,9)
 - L'Agence veille à ce que les Canadiens paient leur juste part d'impôt (7,4 par rapport à 5,3)

- 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 (8,3 par rapport à 7,6).
 - Les renseignements fournis par l’Agence pour mon entreprise arrivent à temps (8,3 par rapport à 7,2).
 - L’Agence fournit suffisamment de renseignements afin que mon entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (8,3 par rapport à 6,7).
 - L’Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (8,2 par rapport à 6,5).
 - L’Agence est utile (8,1 par rapport à 6,2).
 - L’Agence travaille fort pour aider les Canadiens (8,2 par rapport à 6,3).
 - L’Agence veille à ce que les Canadiens obtiennent les prestations ou les crédits d’impôt auxquels ils ont droit (8,1 par rapport à 6,2)
 - L’Agence veille à ce que les Canadiens paient leur juste part d’impôt (8,0 par rapport à 5,7)
- 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 (8,1 par rapport à 7,3).
 - Les renseignements fournis par l’Agence pour mon entreprise arrivent à temps (8,1 par rapport à 6,8).
 - L’Agence fournit suffisamment de renseignements afin que mon entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,8 par rapport à 6,4).
 - L’Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,8 par rapport à 6,5).
 - L’Agence est utile (7,6 par rapport à 6,3).
 - L’Agence travaille fort pour aider les Canadiens (7,5 par rapport à 6,3).
 - L’Agence veille à ce que les Canadiens obtiennent les prestations ou les crédits d’impôt auxquels ils ont droit (7,6 par rapport à 6,1)

- L'Agence veille à ce que les Canadiens paient leur juste part d'impôt (7,4 par rapport à 5,7)
- Les sociétés de personnes et les entreprises à propriétaire unique ont fourni des cotes moyennes plus élevées pour chaque mesure par rapport aux entreprises constituées en société :
 - L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (8,0; 8,0 par rapport à 7,2).
 - Les renseignements fournis par l'Agence pour mes clients d'entreprise arrivent à temps (7,9; 7,9 par rapport à 6,5).
 - L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que mon entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,8; 7,6 par rapport à 6,1).
 - L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,4; 7,5 par rapport à 5,7).
 - L'Agence est utile (7,3; 7,2 par rapport à 5,5).
 - L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens (7,4; 7,4 par rapport à 5,2).
 - L'Agence veille à ce que les Canadiens obtiennent les prestations ou les crédits d'impôt auxquels ils ont droit (7,3; 7,3 par rapport à 5,2)
 - L'Agence veille à ce que les Canadiens paient leur juste part d'impôt (7,2; 7,4 par rapport à 4,6)

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 (64 %) ont exprimé un niveau de confiance élevé (cotes de 8 à 10), tandis que 26 % ont accordé une cote de confiance plus modérée (cotes de 4 à 7) et 9 % ont indiqué un faible niveau de confiance (cotes de 1 à 3). Ces cotes ont donné lieu à un niveau de confiance de 7,5 pour les PME, soit une cote neutre.

Tableau 16. Confiance envers l'Agence en ce qui concerne le traitement des renseignements d'entreprise

Base : (PME) Tous les répondants (n= 803)

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)	64 %	26 %	9 %	1 %	7,5

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 ».

Parmi les différents groupes démographiques, certaines différences intéressantes sont ressorties :

- Les propriétaires uniques et les sociétés de personnes ont fourni des cotes moyennes plus élevées que les entreprises constituées en société (7,7 respectivement par rapport à 6,3).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d'être d'accord que celles qui étaient en activité depuis plus de 10 ans (8,0 par rapport à 6,6).
- Ceux qui exercent leurs activités en Colombie-Britannique (7,8), au Québec (7,7) ou en Ontario (7,7) ont fourni une note moyenne plus élevée que ceux de l'Alberta (6,6), du Manitoba ou de la Saskatchewan (6,5).
- Les personnes âgées de 35 à 49 ans (8,1) avaient le plus confiance en l'Agence pour traiter les renseignements d'entreprise de façon appropriée par rapport aux personnes âgées de 25 à 34 ans (7,7), de 50 à 64 ans (6,6) ou de 65 ans ou plus (6,7 %).
- Les entreprises qui comptaient de 5 à 99 employés avaient une confiance plus élevée en moyenne que ceux qui avaient moins d'employés (8,3 par rapport à 6,9).
- Les hommes ont fourni des cotes moyennes plus élevées que les femmes (7,7 par rapport à 7,2).
- 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 (7,9 par rapport à 6,7).
- Les répondants autochtones ont attribué des cotes moyennes plus élevées que les répondants non autochtones (8,5 par rapport à 7,4).

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 sur l'équité. 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 des trois quarts (74 %) 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 58 % ont convenu que l'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude. Plus de la moitié des répondants ont convenu que l'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération (53 %) et traite les contribuables de façon équitable (52 %). Un peu moins des répondants étaient d'accord pour dire que l'Agence est juste pour décider des impôts à vérifier (48 %).

Parmi ces mesures 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 (8,4), tandis que l'accord avait tendance à être plus modéré pour les mesures restantes (cotes de 7,0 à 7,6).

Tableau 17. Perceptions de l'équité

Base : (PME) Tous les répondants (n= 803)/échantillon fractionné, module de service (n= 400)/module d'observation (403)

Énoncés sur l'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)	74 %	19 %	4 %	3 %	8,4
L'Agence présume que les entreprises déclarent leurs impôts et taxes avec exactitude jusqu'à preuve du contraire. (E-5a)	58 %	31 %	6 %	6 %	7,6
L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération. (B-3n)	53 %	30 %	11 %	6 %	7,2
L'Agence traite les contribuables de façon équitable (B-3i).	52 %	30 %	13 %	4 %	7,0

L'Agence du revenu du Canada est juste pour déterminer les impôts à vérifier (E-5f).	48 %	27 %	10 %	16 %	7,1
--	------	------	------	------	-----

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 ». /**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 ».

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 (7,9 par rapport à 7,1).
 - 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 (7,6 par rapport à 5,9).
 - L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération (7,7 par rapport à 6,1).
 - L'Agence est juste en ce qui concerne la détermination des impôts à vérifier (7,8 par rapport à 5,6).
- 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 (8,8 par rapport à 8,2, attribuant à l'Agence la cote neutre et 7,4, la cote faible).
 - L'Agence présume que les entreprises déclarent leurs impôts avec exactitude (8,6 par rapport à 6,8 et 5,4).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (8,6 par rapport à 5,8 et 2,8).
 - L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération (8,7 par rapport à 6,1 et 3,2).

- L'Agence est juste en ce qui concerne la détermination des impôts à vérifier (8,7 par rapport à 5,7 et 3,5).
- 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 (7,4; 7,2 par rapport à 5,2).
 - L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération (7,5 par rapport à 5,5).
 - L'Agence présume que les entreprises déclarent leurs impôts avec exactitude (7,8 respectivement par rapport à 6,7).
 - L'Agence est juste en ce qui concerne la détermination des impôts à vérifier (7,2; 7,4 par rapport à 5,6).
- Les entreprises exerçant leurs activités dans le secteur du commerce de détail étaient plus susceptibles de convenir que l'Agence traite les contribuables de façon équitable par rapport à celles qui exercent leurs activités dans d'autres industries (7,6 par rapport à 6,9).
- 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 :
 - Les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à la même pénalité (8,7 par rapport à 8,1).
 - L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération (8,2 par rapport à 6,4).
 - L'Agence présume que les entreprises déclarent leurs impôts avec exactitude (8,3 par rapport à 7,1).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (8,1 par rapport à 6,1).
 - L'Agence est juste en ce qui concerne la détermination des impôts à vérifier (7,8 par rapport à 5,6).
- Les hommes étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence traite tout le monde de la même façon comparativement aux femmes (7,2 par rapport à 6,6).
- Les PME qui ont interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération que ceux qui ne l'ont pas fait (7,4 par rapport à 7,0).

- Les entreprises exploitées au Québec, en Ontario ou en Colombie-Britannique avaient tendance à fournir des cotes plus élevées pour les mesures suivantes que celles du Manitoba, de la Saskatchewan ou de l'Alberta :
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (7,1; 7,3; 7,3 par rapport à 5,6 et 6,0)
 - L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération (7,4; 7,3 et 7,5 par rapport à 5,8 et 6,5)
- Les personnes âgées de 25 à 34 ans ou de 35 à 49 ans ont fourni des cotes moyennes plus élevées pour les mesures suivantes que celles âgées de 50 à 64 ans :
 - L'Agence présume que les entreprises déclarent leurs impôts et taxes avec exactitude jusqu'à preuve du contraire (7,7; 7,9 par rapport à 6,8)
 - L'Agence est juste en ce qui concerne la détermination des impôts à vérifier (7,5; 7,9 par rapport à 5,2).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (7,3; 7,7 par rapport à 5,7).
 - L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération (7,4; 7,8 par rapport à 6,1).
- Les répondants âgés de 65 ans ou plus (9,2) étaient plus susceptibles d'être d'accord que les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire l'objet de la même pénalité, peu importe qui elles sont, comparativement aux répondants âgés de 25 à 34 ans (8,0) ou de 35 à 49 ans (8,4).

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 ».

Près de trois répondants sur cinq (57 %) 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 (53 %). Près de la moitié des répondants (46 %) ont convenu que l'Agence est transparente quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt, tandis que 14 % 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 allant de 6,8 à 7,5).

Tableau 18. Perceptions d'ouverture et de transparence

Base : (PME) Échantillon fractionné, module de service (n= 400)/module d'observation (403)

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-5h)	57 %	32 %	7 %	5 %	7,5
L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit. (E-5e)	53 %	28 %	9 %	10 %	7,3
L'Agence est transparente avec le public quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt. (F-6i)	46 %	29 %	14 %	11 %	6,8

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 de toutes les mesures suivantes :
 - L'Agence appuie l'accessibilité des produits et des services (7,8 par rapport à 6,7).
 - L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (7,8 par rapport à 6,1).
 - L'Agence est transparente quant à la poursuite de ceux qui pourraient devoir de l'impôt (7,3 par rapport à 5,7).
- Les entreprises 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 appuie l'accessibilité des produits et des services (8,2 par rapport à 6,8).
 - L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (8,1 par rapport à 6,7).
 - L'Agence est transparente quant à la poursuite de ceux qui pourraient devoir de l'impôt (8,1 par rapport à 5,7).

- Les propriétaires uniques et les sociétés de personnes étaient plus susceptibles d'être d'accord avec toutes les mesures que les entreprises constituées en société :
 - L'Agence appuie l'accessibilité des produits et des services (7,7; 7,6 par rapport à 6,4).
 - L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (7,5; 7,5 par rapport à 5,9).
 - L'Agence est transparente quant à la poursuite de ceux qui pourraient devoir de l'impôt (7,0; 7,2 par rapport à 4,6).
- Les hommes 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 femmes (7,6 par rapport à 6,8).
- Ceux qui exercent leurs activités en Colombie-Britannique (7,8) ou au Québec (7,7) étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence appuie la création de produits et de services accessibles par rapport à ceux de l'Alberta (6,9).
- Les entreprises exploitées en Ontario (7,6), en Colombie-Britannique (7,5) ou au Québec (7,5) ont fourni des cotes moyennes plus élevées pour la responsabilisation de l'Agence à l'égard des renseignements écrits par rapport à celles de l'Alberta (6,3).
- Les personnes inscrites au service Mon dossier d'entreprise étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence appuie la création de produits et de services accessibles par rapport à celles qui n'étaient pas inscrites (7,6 par rapport à 7,0).
- Les Canadiens d'âge moyen (de 35 à 49 ans) étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence appuie la création de produits et de services accessibles (8,0) que ceux âgés de 25 à 34 ans (7,3), de 50 à 64 ans (6,8) et de 65 ans ou plus (6,9).
- Les personnes âgées de 25 à 34 ans et de 35 à 49 ans étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes par rapport aux personnes âgées de 50 à 64 ans :
 - L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (7,5; 7,8 par rapport à 6,1).
 - L'Agence est transparente quant à la poursuite de ceux qui pourraient devoir de l'impôt (7,4; 7,5 par rapport à 5,0).

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 ». Près du tiers des répondants (31 %) estimaient que le rendement global est bon (cotes de 8 à 10), tandis que 49 % ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7). En revanche, moins d'un cinquième des intermédiaires fiscaux (18 %) a évalué le rendement global du gouvernement du Canada comme étant médiocre (cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 6,0, soit une cote neutre.

Tableau 19. Rendement global du gouvernement du Canada

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 803)

Cote globale	Total (n = 803)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 488)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 301)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 519)	Pas de communication au cours des 12 derniers mois (n = 232)
8 – 10 (bon)	31 %	36 %	22 %	32 %	28 %
4 – 7 (neutre)	49 %	47 %	53 %	50 %	47 %
1 – 3 (faible)	18 %	15 %	24 %	16 %	23 %
Je ne sais pas/Refus	2 %	2 %	1 %	1 %	2 %
Moyenne	6,0	6,3	5,5	6,1	5,8

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 qui ont communiqué avec l'Agence par téléphone (6,6 par rapport à 5,8).
- 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 (6,3 par rapport à 5,5).

- Les intermédiaires fiscaux qui exercent des activités au Canada atlantique (6,2), en Ontario (6,2), en Colombie-Britannique (6,1) ou au Québec (6,0) ont fourni des cotes moyennes plus élevées que celles du Manitoba ou de la Saskatchewan (4,9).
- Les répondants ayant un compte Représenter un client ont fourni des cotes moyennes plus élevées que ceux qui ne sont pas inscrits (6,2 par rapport à 5,6).

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 « médiocre » et 10, « excellent ». Plus du tiers des répondants (37 %) estimaient que le rendement de l'Agence est bon (cotes de 8 à 10), tandis que 49 % des répondants ont attribué des cotes neutres (cotes de 4 à 7) et 14 % ont attribué des cotes médiocres (cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 6,4 pour les intermédiaires fiscaux, soit une cote neutre.

Tableau 20. Rendement global de l'Agence

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n= 803)

Cote globale	Total (n = 803)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 488)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 301)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 519)	Pas de communication au cours des 12 derniers mois (n = 232)
8 – 10 (bon)	37 %	43 %	27 %	37 %	36 %
4 – 7 (neutre)	49 %	45 %	55 %	48 %	49 %
1 – 3 (faible)	14 %	11 %	17 %	14 %	14 %
Je ne sais pas/Refus	1 %	1 %	1 %	1 %	< 1 %
Moyenne	6,4	6,7	6,0	6,5	6,4

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 comparaisons dignes de mention entre les sous-groupes pour les cotes de rendement moyennes de l'Agence comprenaient ce qui suit :

- Les intermédiaires fiscaux qui ont récemment interagi avec l'Agence par la poste (7,0) ou en ligne (6,7) étaient plus susceptibles de fournir des notes plus élevées que ceux dont la communication a eu lieu par téléphone (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 (6,7 par rapport à 6,0).

- Les intermédiaires fiscaux exerçant des activités en Ontario (6,8) ont fourni des cotes plus élevées en moyenne que ceux du Québec (6,3), de l'Alberta (6,1), du Manitoba ou de la Saskatchewan (5,8).

On a ensuite demandé aux répondants d'expliquer leur réponse. Les cotes globales sont surtout attribuables à l'expérience de service à la clientèle (bon service à la clientèle – 30 %; mauvais service à la clientèle – 22 %), à l'inefficacité générale (13 %), à la lenteur du service (10 %), aux mentions négatives (7 %) et à la qualité ou à la fonctionnalité du site Web de l'Agence (5 %).

Tableau 21. Raison de l'évaluation du rendement global

Base : (Intermédiaires fiscaux) Répondants qui ont fourni une évaluation valide (n= 798)

Raison du classement	Total (n = 798)	De 8 à 10 Bon (n = 294)	De 4 à 7 Neutre (n = 394)	De 1 à 3 Faible (n = 110)
Bon service/service à la clientèle	30 %	60 %	16 %	1 %
Mauvais service/service à la clientèle	22 %	6 %	26 %	51 %
Rendement inefficace ou médiocre	13 %	5 %	17 %	22 %
Service lent	10 %	3 %	13 %	16 %
Mentions négatives (« prend trop de temps », « je les déteste », etc.)	7 %	<1 %	8 %	23 %
Site Web médiocre	5 %	1 %	6 %	10 %
Bon site Web ou portail en ligne	4 %	9 %	2 %	-
Facilité d'utilisation, simplicité ou traitement facile	3 %	7 %	1 %	-
Neutre	3 %	2 %	4 %	2 %
Sûr/fiable	3 %	6 %	1 %	-
Mentions positives (p. ex., bon, j'aime, excellent, etc.)	2 %	3 %	2 %	-
Les emplois à faible rémunération ont plus de besoins	<1 %	<1 %	-	2 %
Bonne réputation	<1 %	<1 %	-	-
Rien	12 %	12 %	14 %	5 %
Autre	4 %	4 %	5 %	2 %
Ne sais pas/refuse de répondre	<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 ressortaient :

- Les intermédiaires fiscaux qui ont fourni de bonnes cotes étaient les plus susceptibles de décrire l'obtention d'un bon service à la clientèle (60 %), l'appréciation du site Web (9 %), la facilité des interactions (7 %) et la fiabilité (6 %).
- Les répondants qui ont obtenu une cote de rendement global médiocre avaient tendance à avoir eu un mauvais service à la clientèle en communiquant avec l'Agence (51 %), des mentions générales négatives (23 %), des inefficacités dans le rendement (22 %), un service lent (16 %), ou des problèmes liés au rendement du site Web (10 %).

Confiance envers l'Agence du revenu du Canada

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 la moitié des intermédiaires fiscaux étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) que les employés de l'Agence étaient à la fois dignes de confiance (48 %) et capables de bien faire leur travail (46 %), et que l'Agence travaille au profit de tous les Canadiens (46 %). Un peu moins des répondants eux ont convenu qu'ils pouvaient faire confiance à l'Agence pour faire la bonne chose (44 %).

Dans l'ensemble, la cote moyenne pour chacune des quatre mesures mises à l'essai se situait dans le niveau neutre d'accord (cotes allant de 6,7 à 6,8).

Tableau 22. Perceptions de la fiabilité

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n= 803)

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.)	48 %	37 %	14 %	1 %	6,8
Les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail. (B-3d.)	46 %	39 %	13 %	1 %	6,8
L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens. (B-3b.)	46 %	38 %	16 %	1 %	6,7
Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste. (B-3a.)	44 %	40 %	14 %	1 %	6,7

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, deux tiers des intermédiaires fiscaux canadiens (40 %) ont fourni une cote élevée de l'indice de confiance (cotes de 8 à 10), tandis que 45 % ont fourni une cote neutre (cotes de 4 à 7) et 14 % 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 6,7.

Tableau 23. Calculs de l'indice de confiance

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n= 803)

Cote de l'indice de confiance	Total (n = 803)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 488)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 301)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 519)	Pas de communication au cours des 12 derniers mois (n = 232)
8 – 10	40 %	44 %	34 %	43 %	36 %
4 à < 8	45 %	45 %	47 %	43 %	47 %
1 à < 4	14 %	11 %	19 %	14 %	16 %
Je ne sais pas	<1 %	-	<1 %	-	<1 %
Moyenne	6,7	7,0	6,2	6,8	6,6

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

- Celles qui exercent leurs activités en Ontario (7,0), au Canada atlantique (6,9) ou au Québec (6,8) ont obtenu des cotes moyennes plus élevées que celles du Manitoba ou de la Saskatchewan (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 (7,0 par rapport à 6,2).

- Celles dont la méthode de communication récente était par la poste (7,2) ou en ligne (7,0) ont fourni des cotes plus élevées en moyenne par rapport à celles dont la communication a eu lieu par téléphone (6,4).
- Les intermédiaires fiscaux dont le but de la communication la plus récente était au nom d'un organisme de bienfaisance ou d'un organisme à but non lucratif (7,7), lié à la paie (7,4), à l'impôt personnel d'un client (7,3), à la TPS/TVH (7,2), ou lié à leur compte Représenter un client (7,1) ont obtenu des cotes plus élevées en moyenne que ceux dont la communication était liée à une vérification, à un différend ou à un examen (6,4).

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 ».

Environ la moitié des intermédiaires fiscaux étaient tout à fait d'accord que l'Agence traite les déclarations de revenus de leurs clients en temps opportun (49 %), et que les renseignements de l'Agence arrivent à temps pour les clients (48 %), que l'Agence fournit des renseignements adéquats pour respecter les obligations fiscales des clients (48 %) et qu'elle facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises (47 %).

L'accord diminue légèrement lorsqu'on leur demande si les Canadiens peuvent compter sur l'Agence pour s'assurer que tout le monde reçoit les prestations et les crédits d'impôt auxquels ils ont droit (45 %), si l'Agence travaille fort pour aider les Canadiens (44 %), si l'Agence est utile (43 %), et que les Canadiens peuvent compter sur l'Agence pour s'assurer que tout le monde paie sa juste part d'impôt (42 %).

La capacité de l'Agence à traiter les déclarations de revenus de ses clients en temps opportun (7,0) a été légèrement supérieure aux autres mesures lors de l'examen des cotes moyennes.

Tableau 24. Perceptions de la serviabilité

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n= 803)

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)	49 %	41 %	9 %	2 %	7,0
Les renseignements fournis par l'Agence pour mes clients d'entreprise arrivent à temps. (B-3k)	48 %	40 %	11 %	2 %	6,9

L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que vos clients opérationnels puissent respecter leurs obligations fiscales. (B-3j)	48 %	39 %	12 %	1 %	6,9
L'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises. (B-3f)	47 %	39 %	13 %	1 %	6,8
Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde reçoit les prestations et les crédits d'impôt auxquels ils ont droit. (B-3p)	45 %	41 %	13 %	1 %	6,7
L'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt et de prestations (B-3e).	44 %	41 %	14 %	1 %	6,7
L'Agence est utile. (B-3h)	43 %	40 %	16 %	1 %	6,7
Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde paie sa juste part d'impôt. (B-3o)	42 %	40 %	17 %	1 %	6,5

B-3. Comment évalueriez-vous l'Agence pour chacun des énoncés suivants en fonction de vos impressions générales? Utilisez une échelle de 1 à 10, où 1 représente un désaccord total avec l'énoncé, et où 10 signifie que vous êtes complètement d'accord avec l'énoncé.

En ce qui concerne les diverses mesures de serviabilité, d'autres différences entre les sous-groupes comprenaient les suivantes :

- Les intermédiaires fiscaux qui ont communiqué avec l'Agence en ligne ont attribué des cotes plus élevées pour les mesures suivantes que ceux qui ont communiqué par téléphone :
 - L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (7,2 par rapport à 6,7).
 - Les renseignements fournis par l'Agence pour mes clients d'entreprise arrivent à temps (7,2 par rapport à 6,5).
 - L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,1 par rapport à 6,5).
 - L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,1 par rapport à 6,6).
 - L'Agence est utile (6,9 par rapport à 6,4).

- Les personnes qui interagissent par l'intermédiaire du service Représenter un client étaient plus susceptibles de fournir une cote plus élevée pour les énoncés suivants que celles dont la communication a eu lieu par téléphone :
 - L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun (7,4 par rapport à 6,7).
 - L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,3 par rapport à 6,5).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles de fournir une cote moyenne plus élevée pour les mesures suivantes que celles en activité depuis plus de 10 ans :
 - L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales (7,2 par rapport à 6,6).
 - L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus (7,0 par rapport à 6,6).
 - Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde reçoit les prestations et les crédits d'impôt auxquels ils ont droit (7,0 par rapport à 6,4).
 - L'Agence travaille de façon soutenue pour aider les Canadiens à régler leurs questions d'impôt et de prestations (7,0 par rapport à 6,3).
 - L'Agence est utile (6,9 par rapport à 6,3).
 - Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde paie sa juste part d'impôt (6,7 par rapport à 6,1).

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.

Plus de la moitié font confiance à l'Agence pour traiter les renseignements de leurs clients opérationnels (notes de 8 à 10) [52 %]. Près de deux Canadiens sur cinq (37 %) ont fourni une cote neutre (cotes de 4 à 7), tandis que 9 % ont fourni un faible niveau d'accord (cotes de 1 à 3). Ces évaluations se traduisent par une cote moyenne de 7,1 pour les intermédiaires fiscaux.

Tableau 25. Confiance envers l'Agence qui traite les renseignements sur les clients opérationnels

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n= 803)

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)	52 %	37 %	9 %	2 %	7,1

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 ».

D'autres comparaisons de sous-groupes parmi les cotes d'accord moyennes comprennent ce qui suit :

- Les intermédiaires fiscaux dont la communication récente avec l'Agence a eu lieu en ligne ont fourni des cotes plus élevées que ceux dont la communication a eu lieu par téléphone (7,4 par rapport à 6,9).
- 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 (7,3 par rapport à 6,9).

Équité

On a demandé aux répondants d'indiquer, en fonction de leurs perceptions de l'Agence, leur niveau d'accord avec une série d'énoncés axés sur 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 ».

Environ deux tiers des répondants (65 %) 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 moins d'entre eux ont convenu que l'Agence présume que les contribuables déclarent leurs impôts avec exactitude (57 %). Près de la moitié des répondants étaient tout à fait d'accord pour dire que l'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération (47 %) et qu'elle est juste pour décider des impôts à vérifier (47 %), avec un accord sur le fait que l'Agence traite les contribuables de façon équitable obtenant la cote la plus faible (44 %).

Tableau 26. Perceptions de l'équité

Base : (intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 803)/échantillon fractionné, module de service (n = 403)/module d'observation (n = 400)

Énoncés sur l'équité	De 8 à 10	De 4 à 7	De 1 à 3	SP/RR	Moyenne
Les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à la même pénalité, peu importe qui elles sont. (F-6h)	65 %	27 %	7 %	1 %	7,7
L'Agence présume que les entreprises déclarent leurs impôts et taxes avec exactitude jusqu'à preuve du contraire. (E-5a)	57 %	35 %	6 %	2 %	7,4
L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération. (B-3n)	47 %	37 %	14 %	2 %	6,8
L'Agence du revenu du Canada est juste pour déterminer les impôts à vérifier (E-5f).	47 %	36 %	9 %	7 %	7,0
L'Agence traite les contribuables de façon équitable (B-3i).	44 %	40 %	15 %	1 %	6,6

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 énoncés sur l'équité, les tendances suivantes sont ressorties parmi les sous-groupes pertinents :

- Les intermédiaires fiscaux qui exercent des activités en Ontario (7,2) ou au Québec (7,1) étaient plus susceptibles de convenir que l'Agence est juste pour décider des impôts à vérifier par rapport à ceux de la Colombie-Britannique (6,3).

- Ceux exerçant leurs activités en Ontario étaient plus susceptibles de convenir que l'Agence traite les contribuables de façon équitable par rapport à celles de l'Ouest canadien⁴ (6,9 par rapport à 6,1).
- Les intermédiaires fiscaux exerçant des activités en Ontario (7,1), au Québec (6,9), dans la région de l'Atlantique (6,7), en Colombie-Britannique (6,6) ou en Alberta (6,5) étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération comparativement à ceux du Manitoba ou de la Saskatchewan (5,5).
- Les intermédiaires fiscaux dont la plus récente communication avec l'Agence avait eu lieu en ligne étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les énoncés suivants que celles dont la plus récente communication avec l'Agence avait eu lieu par téléphone :
 - Les personnes reconnues coupables de fraude fiscale devraient faire face à la même pénalité, peu importe qui elles sont (8,2 par rapport à 7,2).
 - L'Agence est juste en ce qui concerne la détermination des impôts à vérifier (7,6 par rapport à 6,6).
- Ceux dont la plus récente communication avec l'Agence avait eu lieu par la poste 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 est juste en ce qui concerne la détermination des impôts à vérifier (7,6 par rapport à 6,6).
 - L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération (7,4 par rapport à 6,5).
- Les intermédiaires fiscaux des 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 :
 - L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération (7,0 par rapport à 6,3).
 - L'Agence traite les contribuables de façon équitable (6,9 par rapport à 6,1).

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.

⁴ Les entreprises qui sont exploitées dans l'Ouest du Canada sont définies comme étant celles du Manitoba, de la Saskatchewan, de l'Alberta, des Territoires du Nord-Ouest, de la Colombie-Britannique ou du Yukon (n = 282).

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 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 (53 %) et que l'Agence est responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (52 %). Plus du tiers des intermédiaires fiscaux étaient d'accord (37 %) 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 27. Perceptions d'ouverture et de transparence

Base : (Intermédiaires fiscaux) échantillon fractionné, module de service (n= 403)/module d'observation (400)

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-5h)	53 %	37 %	8 %	2 %	7,2
L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit. (E-5e)	52 %	35 %	8 %	5 %	7,2
L'Agence est transparente avec le public quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt. (F-6i)	37 %	40 %	18 %	5 %	6,2

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 intermédiaires fiscaux des entreprises en activité depuis 10 ans ou moins ont attribué des cotes plus élevées pour chaque énoncé suivant par rapport à celles en activité depuis plus de 10 ans :
 - L'Agence appuie le fait de rendre les produits du gouvernement et le service à la clientèle accessibles pour tous (7,5 par rapport à 6,9).
 - L'Agence se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit (7,4 par rapport à 6,9).

- L'Agence est transparente avec le public quant à la façon dont elle poursuit ceux qui pourraient devoir de l'impôt (6,5 par rapport à 5,8).
- Les intermédiaires fiscaux qui ont interagi avec l'Agence par l'intermédiaire du site Web Canada.ca étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence a rendu les produits et les services accessibles que ceux qui interagissent par l'intermédiaire du service Représenter un client (8,1 par rapport à 7,3).
- Ceux exerçant leurs activités en Ontario étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence est responsable des renseignements écrits qu'elle fournit par rapport à ceux de la Colombie-Britannique (7,5 par rapport à 6,7).

Déclarations de revenus

Population générale

Environ neuf Canadiens sur dix (90 %) ont indiqué qu'ils avaient envoyé à l'Agence une déclaration de revenus des particuliers au cours de la dernière année.

Tableau 28. 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)	Ont./ Nt (n = 800)	Man./ Sask. (n = 250)	Alb./ T.N.-O. (n = 230)	C.-B./ Yn (n = 310)	De 18 à 24 a ns (n = 61)	De 25 à 34 a ns (n = 175)	De 35 à 49 ans (n = 385)	De 50 à 64 ans (n = 634)	65 et plus (n = 1 115)
Oui	90 %	91 %	91 %	90 %	91 %	91 %	91 %	62 %	87 %	95 %	94 %	96 %
Non	9 %	9 %	9 %	10 %	9 %	9 %	9 %	38 %	13 %	5 %	5 %	4 %
Je ne sais pas/ Refus	<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 taux de production demeurent uniformes dans la plupart des groupes d'âge (95 % des personnes âgées de 35 à 49 ans, 94 % des personnes âgées de 50 à 64 ans et 96 % des personnes âgées de 65 ans ou plus), bien qu'elles aient chuté chez les plus jeunes (87 % des personnes âgées de 25 à 34 et 62 % des personnes âgées de 18 à 24 ans).
- Les Canadiens ayant un diplôme d'une école de métiers ou d'un collège (25 %), 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 (87 %).
- La production d'une déclaration était plus fréquente chez les personnes dont la langue officielle principale était l'anglais (91 % par rapport à 87 % qui parlaient principalement le français), y compris celles qui parlaient principalement l'anglais au Québec (88 % par rapport à 69 % des francophones vivant à l'extérieur du Québec).
- Les ménages dont le revenu est de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (95 %), 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (91 %) ou de 150 000 \$ ou plus (97 %) 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 79 %).
- 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 (94 % par rapport à 88 %).
- 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 (94 % par rapport à 74 %).

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 33 % des répondants ont préparé leur déclaration par eux-mêmes, tandis que les 67 % restants ont reçu de l'aide.

Tableau 29. 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=2 253)

Production de déclarations de revenus des particuliers	Total (n = 2 253)	ATL (n = 239)	QC (n = 518)	Ont./ Nt (n = 748)	Man./ Sask. (n = 237)	Alb./ T.N.- O. (n = 219)	C.-B./ Yn (n = 292)	De 18 à 24 ans (n = 39)	De 25 à 34 ans (n = 151)	De 35 à 49 ans (n = 363)	De 50 à 64 ans (n = 596)	65 et plus (n = 1 074)
Préparée sans aide	33 %	40 %	26 %	33 %	37 %	33 %	36 %	26 %	37 %	34 %	35 %	27 %
J'ai reçu de l'aide	67 %	60 %	74 %	67 %	63 %	66 %	64 %	74 %	63 %	66 %	65 %	73 %
Je ne sais pas/ Refus	<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.

Les tendances en matière de préparation des déclarations de revenus comprennent ce qui suit :

- Ceux qui vivent au Québec (74 %) ont déclaré avoir reçu de l'aide dans une plus grande mesure que ceux qui vivent en Ontario (67 %), en Colombie-Britannique (64 %), au Manitoba ou en Saskatchewan (63 %), ou au Canada atlantique (60 %).

- Les Canadiens âgés de 65 ans et plus (73 %) se sont démarqués comme étant plus susceptibles d'avoir reçu de l'aide par rapport à ceux de 25 à 34 ans (63 %), de 35 à 49 ans (66 %) ou de 50 ans à 64 (65 %).
- Les personnes ayant fait des études secondaires (77 %) 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 (67 %) ou des études universitaires (63 %).
- Les Canadiens dont la langue officielle principale était le français ont déclaré avoir reçu de l'aide dans une plus grande mesure que les anglophones (74 % par rapport à 65 %).
- 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 \$ (73 %) par rapport à ceux qui gagnaient 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (63 %), ou 150 000 \$ ou plus (65 %).
- 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 (84 % par rapport à 60 %).
- 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 (71 % par rapport à 62 %).
- Parmi ceux qui ont interagi avec l'Agence au cours de la dernière année, les répondants qui ont récemment communiqué avec l'Agence par la poste (77 %) ont déclaré avoir reçu de l'aide dans une plus grande mesure que ceux dont la communication a eu lieu par téléphone (60 %) ou en ligne (56 %).

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 (83 %), tandis que 17 % se sont tournés vers des amis ou des membres de la famille pour obtenir de l'aide. Très peu (3 %) ont reçu de l'aide d'un programme de bénévoles.

Tableau 30. 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 = 1 550)

Source de l'aide pour produire une déclaration de revenus des particuliers	Total (n = 1 550)	ATL (n = 159)	QC (n = 389)	Ont./ Nt (n = 504)	Man./ Sask. (n = 161)	Alb./ T.N.-O. (n = 144)	C.-B./ Yn (n = 193)	De 18 à 24 ans (n = 27)	De 25 à 34 ans (n = 93)	De 35 à 49 ans (n = 238)	De 50 à 64 ans (n = 389)	65 et plus (n = 787)
Préparateur de déclarations de revenus ou comptable	83 %	76 %	85 %	82 %	85 %	80 %	85 %	65 %	77 %	86 %	86 %	83 %
Membre de la famille ou ami	17 %	20 %	14 %	18 %	20 %	21 %	9 %	38 %	24 %	13 %	13 %	13 %
Programme des bénévoles pour aider les gens à remplir leurs déclarations de revenus	3 %	6 %	2 %	2 %	1 %	1 %	6 %	2 %	2 %	2 %	2 %	4 %
Autre	<1 %	<1 %	-	<1 %	-	-	-	-	-	-	<1 %	<1 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	<1 %	1 %	-	<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 résidents du Québec que dans la région de l'Atlantique (85 % par rapport à 76 %).
- L'aide fournie par des amis ou des membres de la famille était plus probable chez les personnes vivant en Alberta (21 %), dans la région de l'Atlantique (20 %), au Manitoba ou en Saskatchewan (20 %) ou en Ontario (18 %) que chez celles vivant en Colombie-Britannique (9 %).
- Les Canadiens âgés de 18 à 24 ans (38 %) ou de 25 à 34 ans (24 %) étaient plus susceptibles de demander de l'aide à des amis ou à des membres de la famille que les

Canadiens âgés de 35 à 49 ans, de 50 à 64 ans ou de 65 ans ou plus (13 %, respectivement).

- Les hommes étaient plus susceptibles d'avoir reçu de l'aide d'un professionnel que les femmes (85 % par rapport à 80 %).
- Les Canadiens qui ont déclaré être des travailleurs indépendants (90 %), des travailleurs à temps plein (86 %) ou des retraités (85 %) étaient plus susceptibles de demander de l'aide auprès de professionnels que ceux qui étaient sans emploi (64 %) ou des étudiants (52 %).
- Les Canadiens 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 (85 % par rapport à 74 %).
- Les répondants ayant un revenu de ménage de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (86 %), de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (87 %) ou de 150 000 \$ ou plus (87 %) avaient tendance à recevoir de l'aide d'un professionnel par rapport à ceux qui gagnaient moins de 40 000 \$ (73 %).
- 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 (17 % par rapport à 9 %).
- Les Canadiens qui ont interagi avec l'Agence au cours de la dernière année étaient plus susceptibles d'avoir reçu de l'aide d'un professionnel que ceux qui avaient communiqué avec l'Agence (88 % par rapport à 80 %).
- 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 (84 % par rapport à 68 %).

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 (85 %) ont dit avoir produit leurs déclarations de revenus en ligne, tandis que 10 % l'ont fait par la poste.

Tableau 31. 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= 2 253)

Méthode utilisée pour produire une déclaration de revenus	Total (n = 2 253)	ATL (n = 239)	QC (n = 518)	Ont./ Nt (n = 748)	Man./ Sask. (n = 237)	Alb./ T.N.- O. (n = 219)	C.-B./ Yn (n = 292)	De 18 à 24 a ns (n = 39)	De 25 à 34 a ns (n = 151)	De 35 à 49 ans (n = 363)	De 50 à 64 ans (n = 596)	65 et plus (n = 1 074)
En ligne	85 %	81 %	80 %	87 %	86 %	86 %	87 %	86 %	84 %	89 %	86 %	80 %
Par la poste	10 %	12 %	12 %	10 %	9 %	9 %	10 %	11 %	11 %	7 %	10 %	14 %
Autre façon	2 %	4 %	3 %	1 %	1 %	3 %	2 %	-	2 %	2 %	3 %	3 %
Je ne sais pas/ Refus	3 %	3 %	5 %	2 %	4 %	2 %	2 %	4 %	3 %	2 %	1 %	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 (89 % par rapport à 71 %).
- Les répondants vivant en Ontario (87 %) étaient plus susceptibles d'avoir envoyé leur dernière déclaration de revenus en ligne que ceux qui vivent au Québec (80 %).
- Les Canadiens ayant un diplôme universitaire (87 %) étaient plus susceptibles d'avoir produit une déclaration de revenus en ligne que ceux ayant un diplôme d'études secondaires (81 %).
- 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 \$ (84 %), de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (91 %), ou de 150 000 \$ ou plus (91 %) par rapport à ceux qui gagnent moins de 40 000 \$ (76 %).
- Les Canadiens âgés de 35 à 49 ans (89 %) ou de 50 à 64 ans (86 %) étaient plus susceptibles de produire leur déclaration en ligne que ceux de 65 ans ou plus (80 %).

- La production d'une déclaration en ligne était plus fréquente chez les répondants nés au Canada que chez ceux nés à l'extérieur du Canada (86 % par rapport à 79 %).
- Les répondants qui étaient des travailleurs indépendants (93 %), qui travaillaient à temps plein (88 %) ou à temps partiel (88 %) étaient plus susceptibles de produire leur déclaration en ligne que ceux qui étaient étudiants (61 %).

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. Plus d'un tiers des PME (35 %) ont déclaré utiliser un service de préparation de déclarations de revenus externe, une proportion semblable (34 %) ont utilisé une combinaison de services internes et externes, tandis que 30 % ont utilisé exclusivement des ressources internes.

Tableau 32. Approche à l'égard de la production des déclarations de revenus d'entreprise

Base : (PME) Tous les répondants (n = 803)

Production des déclarations de revenus d'entreprise	Total (n = 803)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 520)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 279)	Propriétaire unique (n = 568)	Sociétés de personnes (n = 93)	Entreprise constituée en société (n = 110)
J'utilise un service externe de préparation de déclarations de revenus.	35 %	30 %	43 %	34 %	30 %	49 %
J'utilise une combinaison de services internes et externes.	34 %	34 %	33 %	33 %	30 %	39 %
J'utilise des ressources internes pour préparer les documents d'impôt.	30 %	34 %	23 %	32 %	40 %	11 %
Ne sais pas/refuse de répondre	1 %	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 exploitées en Colombie-Britannique (47 %) étaient plus susceptibles d'utiliser une combinaison de services internes et externes que celles du Manitoba ou de la Saskatchewan (29 %), du Canada atlantique (25 %) ou du Québec (19 %).
- Celles qui exercent leurs activités au Canada atlantique (43 %), au Manitoba ou en Saskatchewan (42 %) ou au Québec (41 %) utilisent plus couramment des services externes que celles de la Colombie-Britannique (26 %).
- Celles qui exercent leurs activités au Québec (39 %) utilisent plus couramment des ressources fiscales internes que celles de l'Ontario (28 %), de la Colombie-Britannique (26 %) ou de l'Alberta (25 %).
- Les sociétés de personnes (40 %) et les propriétaires uniques (32 %) étaient plus susceptibles de dépendre exclusivement de leurs ressources internes par rapport aux entreprises constituées en société (11 %).
- À l'inverse, les entreprises constituées en société (49 %) utilisaient plus couramment les services externes que les propriétaires uniques (34 %) et les sociétés de personnes (30 %).
- Les entreprises ayant un faible revenu (moins de 4 M\$) étaient plus susceptibles d'utiliser des services externes que celles ayant un revenu annuel moyen (4 M\$ à moins de 250 M\$) [41 % par rapport à 21 %].
- Les entreprises comptant de 1 à 4 employés étaient plus susceptibles d'utiliser des services externes que celles comptant de 5 à 99 employés (43 % par rapport à 24 %).
- 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 (34 % par rapport à 23 %).
- Les entreprises en activité depuis plus de 10 ans étaient plus susceptibles d'utiliser des ressources externes que celles qui sont en activité depuis 10 ans ou moins (43 % par rapport à 30 %).
- Les femmes ont plus souvent déclaré utiliser un service de préparation de déclarations de revenus externe que les hommes (39 % par rapport à 32 %).
- Inversement, les hommes étaient plus susceptibles d'avoir utilisé une combinaison de ressources internes et externes que les femmes (38 % par rapport à 29 %).

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 (36 %) ont choisi de conserver la planification de l'impôt sur le revenu

exclusivement à l'interne, une proportion semblable (35 %) a utilisé une combinaison de services internes et externes, tandis que 27 % ont déclaré utiliser exclusivement des services externes.

Tableau 33. Approche à l'égard de la planification fiscale

Base : (PME) Tous les répondants (n= 803)

Approche à l'égard de la planification fiscale	Total (n = 803)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 520)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 279)	Propriétaire unique (n = 568)	Sociétés de personnes (n = 93)	Entreprise constituée en société (n = 110)
J'utilise des ressources internes pour la planification fiscale.	36 %	39 %	30 %	38 %	43 %	21 %
J'utilise une combinaison de services internes et externes.	35 %	35 %	34 %	33 %	32 %	36 %
J'utilise un service externe pour la planification fiscale.	27 %	25 %	32 %	26 %	25 %	42 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	2 %	1 %	4 %	3 %	-	1 %

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 exploitées au Québec (45 %) étaient plus susceptibles d'utiliser des ressources internes que celles de l'Ontario (35 %), de la Colombie-Britannique (32 %) ou de l'Alberta (31 %).
- Ceux qui exercent leurs activités en Alberta (36 %), au Québec (35 %) ou dans la région de l'Atlantique (32 %) étaient plus susceptibles de compter sur un service externe que ceux de la Colombie-Britannique (19 %).

- Les personnes âgées de 35 à 49 ans (41 %) étaient plus susceptibles d'utiliser une approche combinée que les personnes âgées de 25 à 34 ans (24 %), de 50 à 64 ans (32 %) ou de 65 ans ou plus (28 %).
- L'usage de ressources à l'externe 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 (43 % par rapport à 24 %).
- À l'inverse, les répondants comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles d'utiliser une approche combinée que ceux de 1 à 4 employés (42 % par rapport à 28 %).
- Les entreprises constituées en société (49 %) étaient plus susceptibles d'utiliser un service externe que les propriétaires uniques (34 %) ou les sociétés de personnes (30 %).
- Les sociétés de personnes (43 %) ou les propriétaires uniques (38 %) recourent à des ressources internes exclusivement dans de plus fortes proportions que les entreprises constituées en société (21 %).
- Les personnes inscrites au service Mon dossier d'entreprise utilisaient plus couramment une approche combinée que celles qui n'étaient pas inscrites (40 % par rapport à 26 %).

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 ». Plus des deux tiers des PME (68 %) étaient très satisfaits (notes de 8 à 10), tandis que 27 % ont fourni une note modérée (notes de 4 à 7) et peu (4 %) 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 7,9.

Tableau 34. Satisfaction globale à l'égard de la dernière expérience de production de déclarations de revenus

Base : (PME) Tous les répondants (n = 803)

Cote de satisfaction globale	Total (n = 803)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 520)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 279)	Propriétaire unique (n = 568)	Sociétés de personnes (n = 93)	Entreprise constituée en société (n = 110)
8 – 10	68 %	74 %	58 %	71 %	71 %	52 %
4 – 7	27 %	22 %	35 %	25 %	28 %	37 %
1 – 3	4 %	3 %	5 %	4 %	-	10 %
Je ne sais pas	1 %	<1 %	2 %	1 %	1 %	1 %
Moyenne	7,9	8,1	7,5	8,0	8,4	7,1

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 était particulièrement élevée chez :

- PME en activité en Ontario (8,1) par rapport à celles de l'Alberta (7,6), du Canada atlantique (7,4), du Manitoba ou de la Saskatchewan (7,3).
- Répondants âgés de 35 à 49 ans (8,3 par rapport à 7,7, pour ceux âgés de 25 à 34 ans, 7,5 pour ceux âgés de 50 à 64 ans et 7,4 pour ceux âgés de 65 ans ou plus).
- 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\$) [8,9 par rapport à 7,5].
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins (8,1 par rapport à 7,5 comparé à celles en activité depuis plus de 10 ans).
- Ceux dont l'entreprise employait de 5 à 99 employés (8,6 par rapport à 7,3, pour ceux qui ont moins d'employés).
- Sociétés de personnes (8,4) et propriétaires uniques (8,0) par rapport aux entreprises constituées en société (7,1).
- Ceux qui se sont inscrits au service Mon dossier d'entreprise (8,0 par rapport à 7,5 parmi ceux qui n'étaient pas inscrits).

- Les entreprises qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,9 par rapport à 7,1 pour celles qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme neutre; 5,4 pour un rendement global comme étant médiocre].
- Ceux qui ont interagi avec l'Agence en ligne (8,3 par rapport à 7,0, pour ceux qui ont interagi par téléphone).
- 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) [8,9 par rapport à 7,3 ont indiqué que le traitement équitable était neutre, et 5,2 ont indiqué que le traitement équitable était médiocre].

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 ». Plus de la moitié des intermédiaires fiscaux ont fourni un niveau de satisfaction élevé (notes de 8 à 10) (56 %), tandis que 37 % ont fourni une note modérée (notes de 4 à 7) et 8 % ont obtenu une note de satisfaction globale faible (notes de 1 à 3). La satisfaction globale moyenne des intermédiaires fiscaux canadiens était modérée (7,3).

Tableau 35. Satisfaction globale à l'égard de la dernière expérience de production de déclarations de revenus

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n= 803)

Cote de satisfaction globale	Total (n = 803)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 488)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 301)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 519)	Pas de communication au cours des 12 derniers mois (n = 232)
8 – 10	56 %	55 %	56 %	55 %	58 %
4 – 7	37 %	38 %	35 %	37 %	35 %
1 – 3	8 %	7 %	8 %	8 %	6 %
Je ne sais pas	<1 %	<1 %	<1 %	<1 %	<1 %
Moyenne	7,3	7,3	7,3	7,2	7,4

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) [8,8] 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) [7,0] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [4,5].

Ceux qui exercent leurs activités en Ontario (7,6) étaient plus susceptibles d'avoir été satisfaits de leur dernière déclaration par rapport à ceux du Québec (7,2), de la Colombie-Britannique (7,1), de l'Alberta (6,9), du Manitoba ou de la Saskatchewan (6,8).

Les intermédiaires fiscaux dont la communication récente avec l'Agence a eu lieu par courrier (7,7) ou en ligne (7,6) ont fourni des cotes moyennes plus élevées que celles qui ont interagi avec l'Agence par téléphone (6,8).

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, 42 % des répondants ont répondu par l'affirmative.

Tableau 36. 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)	Ont./ Nt (n = 800)	Man./ Sask. (n = 250)	Alb./ T.N.-O. (n = 230)	C.-B./ Yn (n = 310)	De 18 à 24 ans (n = 61)	De 25 à 34 ans (n = 175)	De 35 à 49 ans (n = 385)	De 50 à 64 ans (n = 634)	65 et plus (n = 1 115)
Oui	42 %	48 %	34 %	44 %	43 %	44 %	45 %	31 %	49 %	50 %	42 %	33 %
Non	57 %	51 %	66 %	56 %	56 %	55 %	54 %	69 %	51 %	50 %	57 %	66 %
Je ne sais pas/ Refus	1 %	1 %	<1 %	<1 %	<1 %	1 %	1 %	-	<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 (61 %) étaient plus susceptibles d'avoir interagi avec l'Agence que ceux qui étaient sans emploi (43 %), ceux qui travaillaient à temps plein (43 %), à temps partiel (40 %) ou qui étaient à la retraite (35 %).
- Une plus grande proportion d'adultes ayant un diplôme universitaire (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 collègue (39 %) ou un diplôme d'études secondaires (37 %).
- Les répondants âgés de 65 ans ou plus (66 %) étaient plus susceptibles de ne déclarer aucune interaction avec l'Agence par rapport aux répondants âgés 25-34 (51 %), 35-49 (50 %) ou 50-64 (57 %).
- Les Canadiens vivant au Canada atlantique (48 %), en Colombie-Britannique (45 %), en Ontario (44 %), ou au Manitoba ou en Saskatchewan (43 %) étaient plus susceptibles d'avoir interagi avec l'Agence que ceux de Québec (34 %).
- Ceux dont la langue officielle principale était l'anglais étaient plus susceptibles d'avoir eu un contact avec l'Agence que ceux qui parlaient principalement le français (45 % par rapport à 33 %).
- 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 (57 % par rapport à 43 %).
- Ceux dont le revenu du ménage était de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (43 %) ou de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (47 %), ou de 150 000 \$ (46 %) ou plus étaient plus susceptibles de déclarer avoir interagi avec l'Agence par rapport à ceux qui gagnaient 40 000 \$ ou moins (33 %).
- 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 (50 % par rapport à 22 %).
- Une plus grande proportion de personnes nées à l'extérieur du Canada n'ont déclaré aucune interaction avec l'Agence par rapport à celles nées au Canada (63 % par rapport à 56 %).
- 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 (51 % par rapport à 40 %).

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 (47 %), tandis que plus 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 (13 %), en ligne (8 %), en personne (2 %), par courriel (1 %) ou par télécopieur (< 1 %).

Tableau 37. 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= 935)

Moyen de communication le plus récent avec l'Agence	Total (n = 935)	ATL (n = 101)	QC (n = 167)	Ont./ Nt (n = 350)	Man./ Sask. (n = 102)	Alb./ T.N.- O. (n = 94)	C.-B./ Yn (n = 121)	De 18 à 24 a ns (n = 21)	De 25 à 34 a ns (n = 83)	De 35 à 49 ans (n = 186)	De 50 à 64 ans (n = 265)	65 et plus (n = 367)
Par téléphone	47 %	47 %	51 %	48 %	41 %	44 %	43 %	43 %	45 %	54 %	45 %	43 %
Portail fiscal sécurisé Mon dossier de l'Agence	27 %	23 %	22 %	28 %	24 %	34 %	29 %	35 %	33 %	26 %	25 %	22 %
Par la poste	13 %	12 %	11 %	13 %	11 %	14 %	14 %	4 %	12 %	11 %	11 %	21 %
Sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca	8 %	7 %	10 %	6 %	15 %	5 %	9 %	13 %	4 %	7 %	10 %	6 %
En personne	2 %	4 %	1 %	1 %	2 %	1 %	2 %	-	3 %	1 %	2 %	1 %
Par courriel	1 %	-	-	1 %	1 %	-	1 %	-	-	1 %	2 %	<1 %
Par télécopieur	<1 %	-	1 %	<1 %	1 %	1 %	<1 %	-	-	-	1 %	1 %
Par l'intermédiaire de « Clavardez avec Charlie »	<1 %	3 %	-	-	-	-	-	3 %	-	-	-	-
Par l'intermédiaire des applications mobiles de l'Agence	<1 %	-	1 %	-	-	-	-	-	-	<1 %	-	-
Autre façon	2 %	2 %	2 %	1 %	4 %	-	2 %	-	1 %	<1 %	2 %	4 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %	1 %	<1 %	1 %	2 %	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 :
 - Canadiens ayant un revenu de ménage de 40 000 \$ à moins de 100 000 (31 %), ou de 100 000 \$ ou plus (38 %) par rapport à ceux qui gagnent moins de 40 000 (18 %).
 - Répondants âgés de 18 à 34 ans (34 % par rapport à 22 % de ceux âgés de 65 ans ou plus).
 - Les Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [30 %] ou neutre (cotes de 4 à 7) [29 %] par rapport à ceux qui ont fourni des cotes faibles (cotes de 1 à 3) [17 %].
- Les interactions par téléphone étaient plus courantes chez :
 - Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant faible (notes de 1 à 3) [61 %] par rapport à ceux qui ont fourni des cotes neutres (notes de 4 à 7) [45 %] ou bonnes (notes de 8 à 10) [43 %].
 - Canadiens dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ (56 % par rapport à 44 % de ceux qui gagnent 100 000 \$ ou plus).
 - Ceux qui étaient des travailleurs indépendants par rapport à ceux qui travaillaient à temps partiel ou qui étaient à la retraite (59 % par rapport à 44 %, respectivement).
 - Répondants nés à l'extérieur du Canada (58 % par rapport à 44 % chez ceux nés au Canada).
- Les interactions qui ont lieu par l'intermédiaire du site Web Canada.ca étaient particulièrement courantes parmi les personnes suivantes :
 - Répondants qui vivent au Manitoba ou en Saskatchewan (15 %) par rapport à ceux qui vivent en Ontario (6 %).
 - Canadiens dont le revenu du ménage est de 100 000 \$ ou plus (10 % par rapport à 4 % de ceux qui gagnent moins de 40 000 \$).
- Les interactions par courrier étaient plus fréquentes chez :
 - Les personnes âgées de 65 ans ou plus (21 %) étaient plus susceptibles d'avoir communiqué par la poste que celles âgées de 18 à 24 ans (4 %), de 25 à 34 ans (12 %), de 35 à 49 ans (11 %) ou de 50 à 64 ans (11 %).

- Répondants qui ont reçu de l'aide pour produire leur déclaration de revenus des particuliers (15 % par rapport à 8 % de ceux qui ont produit leur déclaration par eux-mêmes).

Raison de la communication la plus récente

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 près de la moitié des répondants (47 %), tandis que moins d'entre eux ont indiqué que le but de leur interaction la plus récente était lié à leur service Mon dossier (19 %), à d'autres prestations ou crédits (16 %), ou une vérification, un différend ou un examen (14 %). De plus, 7 % ont participé à des communications liées à un compte d'épargne enregistré ou à l'allocation canadienne pour enfants (ACE), entre autres raisons.

Tableau 38. 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= 935)

Objectif de la communication la plus récente avec l'Agence	Total (n = 935)	ATL (n = 101)	QC (n = 167)	Ont./ Nt (n = 350)	Man./ Sask. (n = 102)	Alb./ T.N.- O. (n = 94)	C.-B./ Yn (n = 121)	De 18 à 24 a ns (n = 21)	De 25 à 34 a ns (n = 83)	De 35 à 49 ans (n = 186)	De 50 à 64 ans (n = 265)	65 et plus (n = 367)
Impôt sur le revenu des particuliers	47 %	41 %	38 %	49 %	45 %	59 %	45 %	35 %	36 %	49 %	47 %	56 %
Votre compte en ligne de l'Agence (Mon dossier)	19 %	21 %	25 %	18 %	29 %	11 %	18 %	28 %	29 %	19 %	17 %	11 %
Autres prestations et crédits	16 %	21 %	18 %	14 %	13 %	14 %	17 %	36 %	21 %	8 %	18 %	11 %
Une vérification, un différend ou un examen	14 %	10 %	20 %	13 %	11 %	21 %	8 %	12 %	11 %	15 %	17 %	12 %
Un compte d'épargne enregistré	7 %	2 %	5 %	7 %	8 %	8 %	9 %	13 %	8 %	5 %	6 %	8 %

Allocation canadienne pour enfants	7 %	6 %	8 %	5 %	4 %	12 %	6 %	-	18 %	8 %	4 %	1 %
Taxe d'affaires (p. ex., déclaration de la TVH)	5 %	5 %	3 %	7 %	4 %	3 %	4 %	-	4 %	6 %	6 %	3 %
Crédit d'impôt pour personnes handicapées	4 %	4 %	2 %	4 %	5 %	5 %	4 %	-	-	3 %	7 %	6 %
La Prestation dentaire canadienne	2 %	<1 %	3 %	2 %	1 %	1 %	3 %	-	-	2 %	1 %	6 %
Autre	3 %	-	3 %	1 %	3 %	-	12 %	20 %	2 %	1 %	2 %	2 %
Ne sais pas/refuse de répondre	1 %	4 %	1 %	2 %	<1 %	<1 %	1 %	-	-	1 %	2 %	3 %

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 Canadiens qui ont communiqué avec l'Agence par l'intermédiaire du service Mon dossier étaient plus susceptibles de l'avoir fait aux fins suivantes que ceux qui ont communiqué avec l'Agence par téléphone :
 - Allocation canadienne pour enfants (12 % par rapport à 4 %)
 - Un compte d'épargne enregistré (11 % par rapport à 4 %)
- Ceux qui ont utilisé le téléphone étaient plus susceptibles que ceux qui ont communiqué avec l'Agence en ligne de l'avoir contacté au sujet de :
 - Autres prestations ou crédits (20 % par rapport à 12 %)
 - Une vérification, un différend ou un examen (17 % par rapport à 9 %).
- Les répondants qui n'étaient pas inscrits au service Mon dossier étaient plus susceptibles d'avoir communiqué avec l'Agence au sujet de leur impôt sur le revenu des particuliers que ceux qui étaient inscrits au service (65 % par rapport à 44 %).

- Les Canadiens qui vivent en Alberta ont plus souvent eu des communications liées à leur impôt sur le revenu des particuliers que ceux qui vivent au Québec (59 % par rapport à 38 %).
- Les personnes vivant au Manitoba, en Saskatchewan (29 %) ou au Québec (25 %) étaient plus susceptibles d’avoir demandé des renseignements liés à leur service Mon dossier par rapport à celles qui vivent en Alberta (11 %).
- Les Canadiens vivant en Alberta (21 %) ou au Québec (20 %) ont plus souvent cité des communications liées à une vérification, à un différend ou à un examen que ceux qui vivent en Colombie-Britannique (8 %).
- Les personnes vivant en Alberta étaient plus susceptibles d’avoir eu des communications liées à l’allocation canadienne pour enfants que celles qui vivaient au Manitoba ou en Saskatchewan (12 % par rapport à 4 %).
- Les répondants dont la langue officielle principale était l’anglais étaient plus susceptibles d’avoir eu des communications liées à leur impôt sur le revenu des particuliers que les francophones (48 % par rapport à 38 %).
- Les personnes âgées de 25 à 34 ans (20 %) étaient plus susceptibles de demander des renseignements liés à un compte d’épargne enregistré que les personnes de 35 à 49 ans (8 %), de 50 à 64 ans (4 %) ou de 65 ans ou plus (1 %).
- À mesure que l’âge augmentait, la mesure dans laquelle les Canadiens ont communiqué avec l’Agence au sujet de leur impôt sur le revenu des particuliers a augmenté, passant de 36 % chez les personnes âgées de 18 à 34 ans, à 48 % chez les 35 à 64 ans, à 56 % chez les personnes âgées de 65 ans ou plus.
- Les Canadiens âgés de 18 à 34 ans (25 %) étaient plus susceptibles de demander des renseignements sur d’autres prestations ou crédits que ceux âgés de 35 à 64 ans (13 %) ou de 65 ans ou plus (11 %).
- Les répondants âgés de 25 à 34 ans (29 %), de 35 à 49 ans (19 %) ou de 50 à 64 ans (17 %) étaient plus susceptibles d’avoir eu une communication entourant leur service Mon dossier par rapport à ceux âgés de 65 ans ou plus (11 %).

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 (76 %) et courtois (73 %), mais moins (65 %) de répondants estimaient que le représentant de l'Agence avait pris le temps de comprendre leur situation. En ce qui concerne les renseignements, 68 % ont convenu qu'ils étaient exacts, 64 % estimaient qu'ils étaient complets, et 59 % 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 (52 %) et facile d'accès (49 %).

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

- Le représentant de l'Agence était poli (8,5).
- Le représentant de l'Agence était professionnel (8,4).
- Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts (8,0)

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

- Les renseignements que j'ai reçus étaient complets (7,8).
- Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation (7,7).
- Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre (7,5).
- Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun (6,9).
- Le service offert par l'Agence était facile à accéder (6,8).

Tableau 39. 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= 934)⁵

⁵ Les énoncés en caractères gras se limitent aux répondants qui ont communiqué par téléphone ou en personne (n = 432)

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.	76 %	16 %	6 %	2 %	<1 %	8,4
Le représentant de l'Agence était poli.	73 %	19 %	5 %	3 %	1 %	8,5
Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	68 %	18 %	9 %	3 %	2 %	8,0
Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	65 %	19 %	12 %	3 %	<1 %	7,7
Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	64 %	22 %	9 %	3 %	1 %	7,8
Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	59 %	28 %	10 %	2 %	1 %	7,5
Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun	52 %	28 %	17 %	3 %	1 %	6,9
Le service offert par l'Agence était facile d'accès	49 %	30 %	17 %	3 %	1 %	6,8

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 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

Lors de l'évaluation des cotes globales de l'indice de satisfaction à l'égard du service, plus de la moitié des répondants qui ont interagi avec l'Agence (54 %) ont obtenu des cotes élevées (notes

de 8 à 10), et 36 % 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 7,6.

Tableau 40. 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= 934).

Cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service	Total (n = 934)	ATL (n = 101)	QC (n = 167)	Ont./ Nt (n = 349)	Man./ Sask. (n = 102)	Alb./ T.N.- O. (n = 94)	C.-B./ Yn (n = 121)	De 18 à 24 a ns (n = 21)	De 25 à 34 a ns (n = 83)	De 35 à 49 ans (n = 186)	De 50 à 64 ans (n = 264)	65 et plus (n = 367)
8 – 10	54 %	57 %	68 %	53 %	53 %	39 %	54 %	63 %	64 %	47 %	52 %	56 %
4 à < 8	36 %	34 %	26 %	37 %	38 %	49 %	36 %	31 %	32 %	42 %	36 %	33 %
1 à < 4	9 %	9 %	5 %	10 %	9 %	12 %	9 %	6 %	4 %	10 %	11 %	11 %
Je ne sais pas	<1 %	-	1 %	-	<1 %	-	1 %	-	-	<1 %	<1 %	<1 %
Moyenne	7,6	7,7	8,2	7,5	7,7	6,8	7,5	8,2	8,1	7,2	7,4	7,5

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 (8,2) ont obtenu des cotes plus élevées en moyenne que celles qui vivent en Ontario (7,5) ou en Alberta (6,8).
- Les Canadiens âgés de 25 à 34 ans (8,1) ont attribué une cote plus élevée en moyenne que ceux de 35 à 49 ans (7,2), de 50 à 64 ans (7,4) et de 65 ans ou plus (7,5).
- Les étudiants (8,5) et ceux qui travaillent à temps partiel (8,3) ont obtenu des résultats plus élevés en moyenne que ceux qui étaient à la retraite (7,6), qui travaillaient à temps plein (7,4) ou qui étaient des travailleurs indépendants (7,0).
- Les répondants nés à l'extérieur du Canada ont attribué une cote plus élevée, en moyenne, que ceux nés au Canada (8,0 contre 7,4).
- Les répondants dont le but de la communication la plus récente était lié à l'Allocation canadienne pour enfants (8,4), à l'Allocation canadienne pour les soins dentaires (8,4), à leur service Mon dossier (8,0) ou à l'impôt sur le revenu des particuliers (7,5) ont obtenu des résultats plus élevés que ceux dont la communication était liée au crédit d'impôt pour personnes en situation de handicap (6,7), à une vérification, à un différend ou à un examen (6,9).

- 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 médiocre (cotes de 1 à 3) [5,6].

On a ensuite demandé à ceux 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 par rapport au service qu'ils ont reçu des institutions financières qu'ils utilisent. Près d'un cinquième des répondants (19 %) estimaient que l'Agence offrait un meilleur service, 48 % estimaient que le service de l'Agence était à peu près le même, tandis que 27 % estimaient que le service était pire.

Tableau 41. Comparaison du service à la clientèle de l'Agence à celui des institutions financières utilisées

Base : (Population générale) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n = 935)

Expérience avec l'Agence	Total (n = 935)	ATL (n = 101)	QC (n = 167)	Ont./ Nt (n = 350)	Man./ Sask. (n = 102)	Alb./ T.N.- O. (n = 94)	C.- B./ Yn (n = 121)	De 18 à 24 ans (n = 21)	De 25 à 34 ans (n = 83)	De 35 à 49 ans (n = 186)	De 50 à 64 ans (n = 265)	65 et plus (n = 367)
Meilleur	19 %	29 %	17 %	22 %	21 %	12 %	13 %	13 %	25 %	17 %	15 %	22 %
À peu près le même	48 %	48 %	60 %	42 %	45 %	45 %	56 %	62 %	45 %	44 %	54 %	45 %
Pire	27 %	18 %	18 %	30 %	29 %	38 %	26 %	20 %	26 %	31 %	27 %	25 %
Ne sait pas	6 %	4 %	5 %	7 %	5 %	5 %	5 %	4 %	4 %	8 %	4 %	7 %

D-7. Selon votre expérience, diriez-vous que le niveau de service à la clientèle fourni par l'Agence est meilleur, à peu près le même ou pire que le service que vous pourriez recevoir des institutions financières avec lesquelles vous utilisez ou faites actuellement des affaires?

Les principales différences entre les segments lorsqu'il s'agit de comparer les services de l'Agence à ce qui est reçu d'autres institutions financières comprennent ce qui suit :

- Les personnes vivant au Canada atlantique (29 %) étaient plus susceptibles de décrire le service de l'Agence comme étant meilleur que les personnes vivant en Colombie-Britannique (13 %) ou en Alberta (12 %).
- Les répondants nés à l'extérieur du Canada étaient plus susceptibles de décrire le service de l'Agence comme étant meilleur que ceux nés au Canada (34 % par rapport à 15 %).
- Les Canadiens ayant un revenu de ménage de 150 000 \$ ou plus (38 %) étaient plus susceptibles de décrire le service de l'Agence comme étant pire que ceux qui gagnaient moins de 40 000 (19 %) ou de 40 000 \$ à moins de 80 000 (24 %).

- Les répondants qui ont rempli eux-mêmes leur déclaration de revenus des particuliers étaient plus susceptibles de décrire le service de l'Agence comme étant pire que ceux qui ont reçu de l'aide (33 % par rapport à 24 %).

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 (58 %) ont déclaré avoir communiqué avec l'Agence.

Tableau 42. Interaction avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (PME) Tous les répondants (n = 803)

Communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois	Total (n = 803)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 520)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 279)	Propriétaire unique (n = 568)	Sociétés de personnes (n = 93)	Entreprise constituée en société (n = 110)
Oui	58 %	63 %	48 %	56 %	66 %	56 %
Non	36 %	32 %	42 %	38 %	30 %	33 %
Je ne me souviens pas	6 %	4 %	10 %	6 %	4 %	11 %

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 48 % de celles en activité depuis plus de 10 ans).
- Ceux qui exercent leurs activités en Ontario (66 % par rapport à 51 % au Canada atlantique, 51 % au Québec et 42 % au Manitoba ou en Saskatchewan).
- Les répondants qui s'identifient comme ayant une déficience (71 % par rapport à 56 % chez ceux qui n'ont pas de handicap).
- Entreprises qui utilisent des ressources internes pour produire leurs déclarations de revenus (66 % par rapport à 51 % de celles qui utilisent des services de préparation de déclarations de revenus externes).

- Les répondants âgés de 35 à 49 ans (66 % par rapport à 52 % de ceux âgés de 25 à 34 ans, 48 % de ceux âgés de 50 à 64 ans et 44 % de ceux âgés de 65 ans ou plus).
- Entreprises ayant un revenu annuel moyen (de 4 M\$ à moins de 250 M\$) (76 % par rapport à 51 % de celles ayant un revenu inférieur).
- Entreprises comptant de 5 à 99 employés (75 % par rapport à 45 % de celles ayant moins d'employés).
- Ceux qui se sont inscrits au service Mon dossier d'entreprise (70 % par rapport à 26 % 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. Plus d'un tiers ont interagi par l'intermédiaire du portail Mon dossier d'entreprise (36 %), tandis que 29 % ont communiqué avec eux par téléphone. Moins d'entreprises (15 %) ont interagi avec l'Agence en utilisant les pages de l'impôt sur le site Web Canada.ca, tandis que 13 % l'ont fait par la poste. D'autres formes de communication étaient beaucoup moins courantes.

Tableau 43. 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= 465)

Moyen de communication le plus récent avec l'Agence	Total (n = 465)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 330)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 133)	Propriétaire unique (n = 318)	Sociétés de personnes (n = 61)	Entreprise constituée en société (n = 62)
Portail fiscal sécurisé Mon dossier d'entreprise de l'Agence	36 %	39 %	27 %	36 %	31 %	37 %
Par téléphone	29 %	25 %	40 %	27 %	28 %	42 %
Sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca	15 %	16 %	17 %	20 %	11 %	6 %
Par la poste	13 %	13 %	12 %	12 %	25 %	10 %
En personne	3 %	3 %	2 %	3 %	3 %	-
Par télécopieur	2 %	2 %	-	2 %	-	-
Autre	1 %	1 %	2 %	1 %	2 %	2 %
Je ne me souviens pas	<1 %	-	2 %	-	-	3 %

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 par l'intermédiaire du portail Mon dossier d'entreprise que celles en activité depuis 10 ans ou moins (39 % par rapport à 27 %).
- Inversement, celles en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles de communiquer avec l'Agence par téléphone que celles qui exercent leurs activités depuis plus de 10 ans (40 % par rapport à 25 %).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles d'avoir communiqué avec l'Agence au moyen des méthodes suivantes que celles comptant moins d'employés :
 - Par l'intermédiaire du portail Mon dossier d'entreprise (41 % par rapport à 29 %)
 - Sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca (20 % par rapport à 12 %)
- À l'inverse, les entreprises comptant de 1 à 4 employés étaient plus susceptibles d'avoir interagi avec l'Agence par téléphone que celles comptant de 5 à 99 employés (44 % par rapport à 17 %).
- Les entreprises constituées en société étaient plus susceptibles d'interagir avec l'Agence par téléphone que les propriétaires uniques (42 % par rapport à 27 %).
- Inversement, les propriétaires uniques étaient plus susceptibles de communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire du site Web Canada.ca que les entreprises constituées en société (20 % par rapport à 6 %).
- Les sociétés de personnes (25 %) étaient plus susceptibles d'interagir avec l'Agence par courrier que les propriétaires uniques (12 %) ou les entreprises constituées en société (10 %).

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 raisons les plus importantes étaient liées à Mon dossier d'entreprise (48 %) ou à l'impôt des entreprises (47 %). Moins de répondants ont communiqué avec l'Agence pour une question liée à la TPS/TVH (29 %), à la paie (26 %), à une vérification, à un différend ou à un examen (26 %).

Tableau 44. 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 = 465)

Objectif de la communication la plus récente avec l'Agence	Total (n = 465)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 330)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 133)	Propriétaire unique (n = 318)	Sociétés de personnes (n = 61)	Entreprise constituée en société (n = 62)
Votre compte en ligne de l'Agence, Mon dossier d'entreprise	48 %	51 %	42 %	50 %	44 %	32 %
Taxes d'affaires	47 %	50 %	38 %	51 %	46 %	27 %
TPS/TVH	29 %	29 %	27 %	29 %	21 %	35 %
Paie	26 %	32 %	12 %	29 %	21 %	13 %
Une vérification, un différend ou un examen	26 %	28 %	19 %	27 %	28 %	15 %
Préparation des déclarations de revenus de particuliers décédés	<1 %	-	1 %	-	-	2 %
Une autre raison	2 %	2 %	4 %	2 %	-	6 %
Je ne me rappelle pas	1 %	<1 %	3 %	1 %	2 %	3 %

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 :
 - Mon dossier d'entreprise (50 % par rapport à 32 %)
 - Impôt des entreprises (51 % par rapport à 27 %)
 - La paie (29 % par rapport à 13 %)
 - Une vérification, un différend ou un examen (27 % par rapport à 15 %).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d'avoir communiqué avec l'Agence au sujet des éléments suivants :

- Impôt des entreprises (50 % par rapport à 38 % de ceux qui exercent leurs activités depuis plus de 10 ans)
- La paie (32 % par rapport à 12 %)
- Une vérification, un différend ou un examen (28 % par rapport à 19 %)
- Les hommes étaient plus susceptibles d'avoir communiqué avec l'Agence pour les raisons suivantes que les femmes :
 - La paie (32 % par rapport à 19 %)
 - Une vérification, un différend ou un examen (31 % par rapport à 18 %)
- Les répondants dont la langue officielle principale était le français étaient plus susceptibles de citer les raisons suivantes que ceux qui parlaient principalement anglais :
 - Impôt des entreprises (57 % par rapport à 44 %)
 - Une vérification, un différend ou un examen (35 % par rapport à 24 %)
- 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 :
 - Impôt des entreprises (54 % par rapport à 37 %)
 - Mon dossier d'entreprise (52 % par rapport à 43 %)
 - La paie (42 % par rapport à 6 %)
 - Une vérification, un différend ou un examen (33 % par rapport à 17 %)

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 ».

En ce qui concerne les renseignements fournis par l'Agence, plus de deux tiers des répondants sont tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que les renseignements fournis étaient exacts (71 %), complets (70 %) et faciles à comprendre (68 %). Près de deux tiers des répondants étaient d'accord que le représentant de l'Agence était professionnel (67 %) et courtois (66 %), et un autre 64 % étaient d'avis que le représentant avait pris le temps de comprendre leur situation. Une proportion semblable a convenu que le service de l'Agence était facile d'accès (67 %) et opportun (65 %).

Tableau 45. 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= 464)⁶

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.	71 %	19 %	6 %	2 %	2 %	8,0
Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	70 %	20 %	9 %	1 %	1 %	7,9
Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	68 %	23 %	8 %	<1 %	<1 %	7,9
Le service offert par l'Agence était facile d'accès.	67 %	22 %	9 %	2 %	-	7,8
Le représentant de l'Agence était professionnel.	67 %	29 %	4 %	-	-	7,9
Le représentant de l'Agence était poli.	66 %	28 %	6 %	-	-	7,9
Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun.	65 %	24 %	9 %	2 %	<1 %	7,7
Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	64 %	23 %	12 %	1 %	-	7,5

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 :

⁶ Attention : petit échantillon de taille pour les énoncés en caractères gras seulement demandé à ceux dont la méthode de communication était par téléphone ou en personne (n = 147)

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, environ deux tiers des entreprises (66 %) ont obtenu une cote élevée (de 8 à 10), tandis que 28 % ont obtenu des cotes neutres (de 4 à 7). Moins de PME (6 %) avaient 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.

Tableau 46. 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= 464).

Cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service	Total (n = 464)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 330)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 132)	Propriétaire unique (n = 318)	Sociétés de personnes (n = 61)	Entreprise constituée en société (n = 61)
De 8 à 10	66 %	72 %	50 %	68 %	72 %	43 %
4 à < 8	28 %	25 %	38 %	26 %	28 %	44 %
1 à < 4	6 %	4 %	12 %	6 %	-	13 %
Moyenne	7,9	8,2	7,2	8,1	8,2	6,8

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 (8,2 par rapport à 7,2 chez celles en activité depuis 10 ans ou plus).
- Sociétés de personnes (8,2) et propriétaires uniques (8,1 par rapport à 6,8 chez les entreprises constituées en société).

- Entreprises comptant de 5 à 99 employés (8,6 par rapport à 7,1 de celles ayant moins d'employés).
- Ceux qui exercent des activités en Colombie-Britannique (8,4 par rapport à 7,6 chez ceux qui exercent des activités en Alberta).
- Les répondants âgés de 35 à 49 ans (8,4 par rapport à 7,7, chez les 25 à 34 ans, 7,1 chez les 50 à 64 ans, et 6,9 chez les 65 ans et plus).
- Les hommes (8,2, comparativement à 7,6 pour les femmes).
- Entreprises ayant un revenu annuel moyen (de 4 M\$ à moins de 250 M\$) (9,0 par rapport à 7,3 pour celles ayant un revenu inférieur).
- Entreprises dont la méthode de communication avec l'Agence était par l'intermédiaire du site Web (8,0), Mon dossier d'entreprise (8,0) ou par la poste (7,9 par rapport à 7,2 parmi celles dont la communication a eu lieu par téléphone).
- Ceux dont le but de la communication la plus récente était lié à la paie (8,9 par rapport à 8,4 parmi ceux qui ont cité l'impôt des entreprises, 8,3 une vérification, un différend ou un examen, 8,2 la TPS/TVH et 8,0 Mon dossier d'entreprise).

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 17 % ne sont pas d'accord.

Tableau 47. 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 = 465)

Besoins satisfaits lors de la communication avec l'Agence	Total (n = 465)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 330)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 133)	Propriétaire unique (n = 318)	Sociétés de personnes (n = 61)	Entreprise constituée en société (n = 62)
Oui	82 %	86 %	69 %	82 %	92 %	66 %
Non	17 %	12 %	29 %	16 %	8 %	32 %
Je ne sais pas	2 %	2 %	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 69 % chez celles en activité depuis 10 ans ou plus).
- Sociétés de personnes (92 %) ou propriétaires uniques (82 % par rapport à 66 % chez les entreprises constituées en société).
- Entreprises comptant de 5 à 99 employés (92 % par rapport à 70 % de celles ayant moins d'employés).
- Ceux ayant un revenu annuel moyen (de 4 M\$ à moins de 250 M\$) [93 % par rapport à 75 % pour ceux ayant un revenu inférieur].
- Entreprises dont la communication avec l'Agence a eu lieu en ligne (87 % par rapport à 70 % parmi celles dont la communication a eu lieu 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. Plus des deux personnes sur cinq (43 %) croient que le service était meilleur, tandis qu'un peu moins (38 %) ont décrit le service comme étant à peu près le même. Les autres répondants (17 %) étaient d'avis que l'Agence offrait un pire service.

Tableau 48. Comparer le service à la clientèle de l'Agence à celui d'autres institutions financières

Base : (PME) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n = 465)

Expérience avec l'Agence	Total (n = 465)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 330)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 133)	Propriétaire unique (n = 318)	Sociétés de personnes (n = 61)	Entreprise constituée en société (n = 62)
Meilleur	43 %	54 %	16 %	48 %	44 %	6 %
À peu près le même	38 %	34 %	48 %	35 %	44 %	53 %
Pire	17 %	12 %	31 %	15 %	11 %	37 %
Ne sait pas	2 %	<1 %	5 %	2 %	-	3 %

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 (24 %, par rapport à 15 % de celles qui communiquaient en ligne).

- Les propriétaires uniques (48 %) ou les sociétés de personnes (44 %) étaient plus susceptibles de décrire le service de l'Agence comme étant meilleur que les entreprises constituées en société (6 %).
- 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 (54 % par rapport à 16 %).
- 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 (61 % par rapport à 21 %).
- 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 (70 %, contre 26 % 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 (51 % par rapport à 31 % 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. La majorité des répondants (65 %) ont eu un contact avec l'Agence, tandis que 29 % n'ont eu aucune forme de communication au cours des 12 derniers mois.

Tableau 49. Interaction avec l'Agence au cours des 12 derniers mois

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 803)

Communication avec l'Agence au cours des 12 derniers mois	Total (n = 803)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 488)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 301)	Inscrit à « Représenter un client » (n = 259)	Non inscrit au service « Représenter un client » (n = 114)
Oui	65 %	68 %	59 %	77 %	45 %
Non	29 %	25 %	36 %	20 %	49 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	6 %	7 %	5 %	3 %	6 %

*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 deux fois plus susceptibles que ceux qui le sont à indiquer n'avoir eu aucune communication avec l'Agence (49 % par rapport à 20 %).
- Les répondants dont la langue officielle principale était le français étaient plus susceptibles de ne pas avoir communiqué avec l'Agence par rapport aux anglophones (37 % par rapport à 27 %).
- Les intermédiaires fiscaux 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 (36 % par rapport à 25 %).

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 (45 %), tandis que 19 % avaient utilisé le service Représenter un client et 19 % le site Web Canada.ca. Des autres répondants, 12 % ont communiqué par la poste, tandis que les communications en personne (3 %) et par télécopieur (1 %) étaient beaucoup moins courantes.

Tableau 50. 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= 519)

Moyen de communication le plus récent avec l'Agence	Total (n = 519)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 334)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 179)	Inscrit à « Représenter un client » (n = 200)	Non inscrit au service « Représenter un client » (n = 51)
Par téléphone	45 %	41 %	51 %	42 %	59 %
Portail fiscal sécurisé Représenter un client de l'Agence	19 %	19 %	20 %	24 %	4 %
Sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca	19 %	19 %	17 %	17 %	24 %
Par la poste	12 %	15 %	8 %	12 %	14 %
En personne	3 %	4 %	3 %	4 %	-
Par télécopieur	1 %	2 %	-	2 %	-
Autre	<1 %	-	1 %	1 %	-
Je ne me rappelle pas	<1 %	1 %	-	-	-

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

Voici d'autres constatations découlant des sous-groupes pertinents :

- 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 (15 % par rapport à 8 %).
- Inversement, les entreprises en activité depuis plus de 10 ans sont plus susceptibles d'avoir interagi par téléphone que celles en activité depuis 10 ans ou moins (51 % par rapport à 41 %).
- Ceux qui ne sont pas inscrits au service Représenter un client étaient plus susceptibles d'avoir interagi par téléphone que ceux qui sont inscrits au service (59 % par rapport à 42 %).
- Les entreprises de l'Alberta (23 %), de la Colombie-Britannique (22 %) ou de l'Ontario (21 %) étaient plus susceptibles d'avoir interagi avec l'Agence par l'intermédiaire du service Représenter un client, comparativement à celles du Québec (11 %).
- L'interaction au moyen du service Représenter un client était plus fréquente chez les personnes dont la langue officielle principale était l'anglais par rapport au français (20 % par rapport à 11 %).

Raison de la communication la plus récente

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. Le tiers des répondants ont communiqué avec l'Agence au sujet de leur compte Représenter un client (33 %), tandis que plus d'un quart des répondants ont mentionné les impôts des entreprises (28 %) ou l'aide d'un client avec ses impôts personnels (26 %). Un peu moins des répondants ont déclaré avoir communiqué avec l'Agence au sujet de la TPS/TVH (24 %), de la paie (16 %), d'une vérification, d'un différend ou d'un examen (16 %). Les interactions avec l'Agence au nom d'une succession ou d'une fiducie (12 %), d'un organisme de bienfaisance ou d'un organisme à but non lucratif (10 %) étaient moins courantes.

Tableau 51. 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 = 519)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 334)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 179)	Inscrit à « Représenter un client » (n = 200)	Non inscrit au service « Représenter un client » (n = 51)
Votre compte en ligne de l'Agence, Représenter un client	33 %	33 %	33 %	34 %	33 %
Taxes d'affaires	28 %	31 %	22 %	29 %	18 %
Aider un client avec ses impôts personnels	26 %	27 %	25 %	31 %	20 %
TPS/TVH	24 %	24 %	23 %	21 %	31 %
Paie	16 %	18 %	12 %	23 %	4 %
Une vérification, un différend ou un examen	16 %	17 %	12 %	20 %	6 %
Interagir avec l'Agence au nom d'une succession ou d'une fiducie	12 %	15 %	6 %	16 %	4 %
Interagir avec l'Agence au nom d'un organisme de bienfaisance ou d'un organisme à but non lucratif	10 %	12 %	5 %	13 %	8 %
Mise à jour des renseignements sur le compte (p. ex., changement d'adresse, changement de numéro de téléphone, etc.)	1 %	1 %	1 %	1 %	-
PCU : Prestation canadienne d'urgence	<1 %	<1 %	-	-	-
Une autre raison	2 %	1 %	3 %	2 %	4 %
Je ne me rappelle pas	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 intermédiaires fiscaux en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles de communiquer avec l'Agence pour les raisons suivantes, par rapport à celles qui exercent leurs activités depuis plus de 10 ans :
 - L'impôt des entreprises (31 % par rapport à 22 %)
 - Au nom d'une succession ou d'une fiducie (15 % par rapport à 6 %)

- Au nom d'un organisme de bienfaisance ou d'un organisme à but non lucratif (12 % par rapport à 5 %)
- Les personnes inscrites au service Représenter un client étaient plus susceptibles de déclarer interagir avec l'Agence pour les raisons suivantes que celles qui ne sont pas inscrites au service :
 - Paie (23 % par rapport à 4 %)
 - Une vérification, un différend ou un examen (20 % par rapport à 6 %)
 - Au nom d'une succession ou d'une fiducie (16 % par rapport à 4 %)
- 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 :
 - Son compte Représenter un client (40 % par rapport à 29 %)
 - L'impôt des entreprises (34 % par rapport à 24 %)
 - Aider un client avec ses impôts personnels (34 % par rapport à 18 %)
- Les intermédiaires fiscaux qui communiquent avec l'Agence par la poste étaient plus susceptibles de communiquer avec l'Agence au sujet de ce qui suit par rapport à ceux dont la communication a eu lieu par téléphone :
 - Aider un client avec ses impôts personnels (33 % par rapport à 18 %)
 - La paie (25 % par rapport à 13 %)
 - Au nom d'une succession ou d'une fiducie (20 % par rapport à 8 %)
- Ceux qui communiquaient avec l'Agence par l'intermédiaire du service Représenter un client (41 %) étaient plus susceptibles d'aider un client avec leurs impôts personnels que ceux qui communiquaient avec l'Agence à partir du site Web Canada.ca (27 %) ou par téléphone (18 %).

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 des personnes interrogées étaient tout à fait d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que le représentant de l'Agence a été courtois (62 %) et professionnel (60 %), tandis que 53 % estimaient que le représentant avait pris le temps de comprendre leur situation. En ce qui concerne les renseignements fournis par l'Agence, la plupart des répondants étaient d'accord pour dire que les renseignements fournis étaient exacts (61 %), tandis que plus de la moitié étaient tout à fait d'accord que les renseignements étaient faciles à comprendre (59 %) et

complets (58 %). Une proportion semblable des intermédiaires fiscaux ont convenu que le service était offert en temps opportun (56 %) et qu'il était facile d'accéder (53 %).

Tableau 52. 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= 517)⁷

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 poli.	62 %	28 %	10 %	<1 %	<1 %	7,6
Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	61 %	30 %	7 %	1 %	1 %	7,6
Le représentant de l'Agence était professionnel.	60 %	30 %	10 %	-	-	7,4
Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	59 %	32 %	9 %	1 %	-	7,4
Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	58 %	32 %	8 %	1 %	<1 %	7,5
Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun.	56 %	31 %	13 %	<1 %	<1 %	7,0
Le service offert par l'Agence était facile d'accès.	53 %	35 %	12 %	<1 %	-	7,1
Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	53 %	34 %	12 %	1 %	-	7,1

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 :

⁷ Les énoncés en caractères gras se limitent aux répondants qui ont communiqué par téléphone ou en personne (n = 250)

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, près de la moitié des intermédiaires fiscaux (48 %) se situent dans la fourchette de 8 à 10, tandis que 44 % ont obtenu une cote neutre (cotes de 4 à 7). Moins de répondants (8 %) ont obtenu des cotes d'indice faibles (cotes de 1 à 3). La cote moyenne de l'indice de satisfaction à l'égard du service parmi les intermédiaires fiscaux était de 7,4.

Tableau 53. 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= 517).

Cote de l'indice de satisfaction à l'égard du service	Total (n = 517)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 334)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 179)	Inscrit à « Représenter un client » (n = 200)	Non inscrit au service « Représenter un client » (n = 51)
8 – 10	48 %	52 %	42 %	49 %	47 %
4 à < 8	44 %	42 %	46 %	47 %	43 %
1 à < 4	8 %	7 %	11 %	5 %	10 %
Je ne sais pas	-	-	-	-	-
Moyenne	7,4	7,6	7,1	7,6	7,5

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 était au nom d'un organisme de bienfaisance ou d'un organisme à but non lucratif (8,0), concernaient la paie (7,9), les impôts

personnels d'un client (7,8), leur compte Représenter un client (7,7), ceux qui interagissent au nom d'une succession ou d'une fiducie (7,7), les interactions liées à la TPS/TVH (7,7) ou à l'impôt des entreprises (7,5) ont obtenu des résultats plus élevés que ceux dont la communication était liée à une vérification, à un différend ou à un examen (6,8).

- Les intermédiaires fiscaux exerçant des activités depuis 10 ans ou moins ont obtenu des cotes plus élevées que ceux en activité depuis plus de 10 ans (7,6 par rapport à 7,1).
- Les intermédiaires fiscaux dont la communication récente avec l'Agence a eu lieu en ligne ont obtenu une cote moyenne plus élevée que ceux dont la communication a eu lieu par téléphone (7,8 par rapport à 7,1).

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. La plupart des intermédiaires fiscaux (85 %) estimaient que leurs besoins avaient été satisfaits.

Tableau 54. 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= 519)

Besoins satisfaits lors de la communication avec l'Agence	Total (n = 519)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 334)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 179)	Inscrit à « Représenter un client » (n = 200)	Non inscrit au service « Représenter un client » (n = 51)
Oui	85 %	90 %	76 %	90 %	80 %
Non	15 %	10 %	23 %	10 %	18 %
Je ne sais pas	1 %	<1 %	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 dont la communication la plus récente avec l'Agence a eu lieu par courrier (92 %) ou en ligne (90 %) étaient plus susceptibles d'indiquer que leurs besoins avaient été satisfaits par rapport à ceux qui ont interagi avec l'Agence par téléphone (79 %).
- 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 (90 % par rapport à 76 %).

On a ensuite demandé à ceux 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 par rapport au service qu'ils pourraient recevoir des institutions financières qu'ils utilisent. Plus d'un tiers des répondants (35 %) estime que l'Agence offre un meilleur service que les institutions financières avec lesquelles il fait affaire. La plupart des intermédiaires fiscaux (47 %) estiment que le service de l'Agence est à peu près semblable, tandis que 18 % sont d'avis qu'il est pire.

Tableau 55. Le service à la clientèle par rapport aux expériences auprès des institutions financières

Base : (Intermédiaires fiscaux) Répondants qui ont eu une communication avec l'Agence au cours de la dernière année (n= 519)

Expérience auprès de l'Agence	Total (n = 519)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 334)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 179)	Inscrit à « Représenter un client » (n = 200)	Non inscrit au service « Représenter un client » (n = 51)
Meilleure	35 %	39 %	27 %	41 %	18 %
À peu près la même chose	47 %	48 %	45 %	45 %	55 %
Pire	18 %	12 %	27 %	15 %	25 %
Je ne sais pas	<1 %	<1 %	1 %	-	2 %

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 de l'Agence comme étant pire que ceux qui exercent leurs activités depuis moins de 10 ans (27 % par rapport à 12 %).
- Les personnes inscrites au service Représenter un client étaient deux fois plus susceptibles de décrire le service comme étant meilleur que celles qui n'y étaient pas inscrites (41 % par rapport à 18 %).
- Les intermédiaires fiscaux dont la communication récente avec l'Agence a eu lieu par courrier (50 %) ou en ligne (37 %) étaient plus susceptibles de décrire le service de l'Agence comme étant meilleur que ceux qui ont interagi avec l'Agence par téléphone (28 %).

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 ».

Près de quatre répondants sur cinq (78 %) étaient fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que lorsqu'ils communiquent avec l'Agence par téléphone, ils ont été en mesure d'être servis dans la langue officielle de leur choix. Deux répondants sur cinq (41 %) ont convenu qu'ils savent comment accéder aux prestations et aux crédits fiscaux auxquels ils ont droit.

Tableau 56. Perceptions du service

Base : (Population générale) Échantillon fractionné, module de service (n= 1 198)

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 %	11 %	4 %	7 %	8,9
Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels j'ai droit.	41 %	36 %	19 %	4 %	6,4

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 ».

Les personnes les plus susceptibles d'affirmer qu'elles savaient comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquelles elles avaient droit sont les suivantes :

- Les Canadiens vivant au Québec (7,1) par rapport à ceux vivant en Colombie-Britannique (6,4), au Canada atlantique (6,2), en Ontario (6,2) ou en Alberta (5,7)
- Ceux âgés de 65 ans ou plus (6,9) par rapport à ceux âgés de 18 à 34 ans (6,0) ou de 35 à 64 ans (6,4)
- Les répondants qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois (6,7 par rapport à 6,2 pour ceux qui n'ont pas communiqué avec celle-ci)
- Les Canadiens retraités par rapport à ceux qui travaillent à temps plein (6,9 par rapport à 6,3)
- Ceux qui ont récemment interagi avec l'Agence par l'intermédiaire du service Mon dossier par rapport à ceux dont la communication a eu lieu par téléphone (7,3 par rapport à 6,3)
- Ceux qui se sont inscrits au service Mon dossier (6,7 par rapport à 5,6 de ceux qui n'étaient pas inscrits)
- Les Canadiens qui ont déclaré produire leur déclaration de revenus eux-mêmes (7,4 par rapport à 6,2 chez les personnes ayant reçu de l'aide)
- Les répondants dont l'interaction récente avec l'Agence a eu lieu par courrier (9,6) ou par l'intermédiaire du site Web Canada.ca (9,5) étaient plus susceptibles d'être d'accord qu'ils recevraient un service dans la langue officielle de leur choix lorsqu'ils communiquaient avec l'Agence par téléphone ont interagi au moyen du service Mon dossier (8,6).

Inscription aux services en ligne

Plus des deux tiers des répondants (68 %) ont déclaré être inscrits au service en ligne Mon dossier de l'Agence.

Tableau 57. Inscription au service en ligne Mon dossier de l'Agence

Base : (Population générale) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants
(n = 1 198)

Inscrit au service Mon dossier	Total (n = 1 198)	ATL (n = 130)	QC (n = 274)	Ont./ Nt (n = 400)	Man./ Sask. (n = 132)	Alb./ T.N.- O. (n = 107)	C.- B./ Yn (n = 155)	De 18 à 24 ans (n = 35)	De 25 à 34 ans (n = 84)	De 35 à 49 ans (n = 201)	De 50 à 64 ans (n = 323)	65 et plus (n = 541)
Oui	68 %	69 %	65 %	69 %	65 %	72 %	70 %	54 %	84 %	83 %	68 %	51 %
Non	28 %	25 %	31 %	29 %	31 %	25 %	26 %	46 %	15 %	14 %	29 %	43 %
Je ne sais pas/ Refus	3 %	6 %	4 %	2 %	3 %	4 %	4 %	-	1 %	3 %	3 %	6 %

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 :

- Les répondants qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois (83 % par rapport à 58 % de ceux qui n'ont pas communiqué avec celle-ci).
- Les Canadiens qui ont communiqué avec l'Agence en ligne au cours de la dernière année (94 % par rapport à 81 % de ceux qui ont interagi par téléphone et 67 % de ceux qui ont communiqué par la poste).
- Les Canadiens qui ont un revenu de ménage de 150 000 \$ ou plus (84 %), de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (77 %), 40 000 \$ à moins de 80 000 (67 % par rapport à 53 % de ceux qui gagnent moins de 40 000 \$).
- Ceux qui étaient des travailleurs indépendants (81 %) ou qui travaillaient à temps plein (81 % par rapport à 62 % de ceux qui étaient sans emploi ou 50 % de ceux qui étaient à la retraite).
- Les répondants qui ont déclaré produire leur déclaration de revenus eux-mêmes (87 % par rapport à 66 % de ceux qui ont reçu de l'aide).
- Les répondants âgés de 25 à 34 ans (84 %) ou ceux âgés de 35 à 49 ans (83 % par rapport à 54 % des répondants âgés de 18 à 24 ans, 68 % de ceux âgés de 50 à 64 ans ou 51 % des répondants âgés de 65 ans ou plus).
- Les Canadiens qui ont fait des études universitaires (72 % par rapport à 59 % de ceux qui ont fait des études secondaires).

Petites et moyennes entreprises (PME)

Confiance dans la gestion des impôts 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 ».

Près de la moitié des PME (47 %) ont exprimé un niveau de confiance élevé (cotes de 8 à 10), tandis qu'un quart des PME (25 %) ont exprimé un niveau de confiance modéré (cotes de 4 à 7). Toutefois, 27 % 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 58. 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= 125)⁸

Cote de confiance	Total (n = 125)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 67)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 57)	Propriétaire unique (n = 87)	Sociétés de personnes (n = 11)	Entreprise constituée en société (n = 25)
8 – 10	47 %	70 %	21 %	57 %	36 %	16 %
4 – 7	25 %	16 %	33 %	21 %	36 %	32 %
1 – 3	27 %	12 %	46 %	21 %	27 %	52 %
Je ne sais pas	1 %	1 %	-	1 %	-	-
Moyenne	6,0	7,3	4,5	6,6	5,9	3,8

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

⁸ Mise en garde : Sous-groupes d'échantillon de petite taille.

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 37 % des répondants. Près d'un cinquième (16 %) préféreraient communiquer avec l'Agence par téléphone, tandis qu'un peu moins d'entre eux préféreraient une fonction de clavardage en ligne (12 %) ou choisiraient d'envoyer un courriel à l'Agence (12 %). 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 (5 %).

Tableau 59. Source privilégiée de service ou de renseignements pour des renseignements de base

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n = 400)

Source privilégiée pour des renseignements de base	Total (n = 400)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 257)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 142)	Propriétaire unique (n = 276)	Sociétés de personnes (n = 44)	Entreprise constituée en société (n = 62)
Consulter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca	37 %	28 %	51 %	31 %	43 %	58 %
Communiquer avec l'Agence par téléphone	16 %	14 %	18 %	15 %	14 %	16 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	12 %	15 %	8 %	13 %	14 %	6 %
Envoyer un courriel à l'Agence	12 %	14 %	8 %	14 %	7 %	5 %
Demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence	6 %	6 %	7 %	7 %	5 %	6 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	5 %	6 %	4 %	5 %	9 %	2 %

Communiquer avec l'Agence par courrier	5 %	8 %	1 %	7 %	2 %	3 %
Envoyer une télécopie à l'Agence	5 %	7 %	1 %	4 %	7 %	2 %
Je ne sais pas	3 %	2 %	4 %	4 %	-	2 %

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 étaient plus susceptibles de préférer visiter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca que celles en activité depuis 10 ans ou moins (51 % par rapport à 28 %).
- 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 :
 - Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne (15 % par rapport à 8 %)
 - Communiquer avec l'Agence par courrier (8 % par rapport à 1 %)
 - Envoyer une télécopie à l'Agence (7 % par rapport à 1 %)
- Les entreprises constituées en société étaient plus susceptibles de préférer visiter le site Web Canada.ca pour obtenir des renseignements généraux par rapport aux propriétaires uniques (58 % par rapport à 31 %).
- Les propriétaires uniques, à leur tour, étaient plus enclins à préférer envoyer un courriel à l'Agence que les entreprises constituées en société (14 % par rapport à 5 %).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles de préférer les sources suivantes que celles comptant moins d'employés :
 - Envoyer un courriel à l'Agence (17 % par rapport à 8 %)
 - Envoyer une télécopie à l'Agence (7 % par rapport à 3 %)
- Inversement, les entreprises comptant de 1 à 4 employés étaient plus susceptibles de préférer visiter le site Web Canada.ca que celles comptant de 5 à 99 employés (44 % par rapport à 26 %).

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 37 % des répondants. Elle était suivie par

les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca (14 %), par courriel (14 %), à partir d'une fonction de clavardage en ligne (9 %), et le fait de demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence (8 %). Les répondants étaient beaucoup moins nombreux à communiquer avec l'Agence par la poste (7 %), par l'intermédiaire des médias sociaux (6 %) ou par télécopieur (3 %).

Tableau 60. 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 = 400)

Source privilégiée pour obtenir des précisions sur les renseignements envoyés par l'Agence	Total (n = 400)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 257)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 142)	Propriétaire unique (n = 276)	Sociétés de personnes (n = 44)	Entreprise constituée en société (n = 62)
Communiquer avec l'Agence par téléphone	37 %	34 %	44 %	34 %	34 %	53 %
Consulter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca	14 %	18 %	8 %	16 %	14 %	5 %
Envoyer un courriel à l'Agence	14 %	11 %	18 %	13 %	14 %	16 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	9 %	8 %	10 %	8 %	16 %	10 %
Demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence	8 %	5 %	12 %	7 %	2 %	8 %
Communiquer avec l'Agence par courrier	7 %	9 %	4 %	7 %	11 %	5 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	6 %	10 %	-	8 %	5 %	-

Envoyer une télécopie à l'Agence	3 %	4 %	1 %	4 %	-	-
Je ne sais pas	3 %	2 %	4 %	3 %	5 %	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.

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 (45 % par rapport à 32 %).
- Les entreprises constituées en société 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 propriétaires uniques (53 % par rapport à 34 %).
- Inversement, les propriétaires uniques étaient plus susceptibles de communiquer avec l'Agence de la manière suivante par rapport aux entreprises constituées en société :
 - Consulter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca (16 % par rapport à 5 %)
 - Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux (8 % par rapport à 0 %)
- Les entreprises en activité depuis plus de 10 ans étaient plus susceptibles de communiquer avec l'Agence par courriel pour obtenir des précisions que celles en activité depuis 10 ans ou moins (18 % par rapport à 11 %).
- 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 :
 - Consulter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca (18 % par rapport à 8 %)
 - Communiquer avec l'Agence par courrier (9 % par rapport à 4 %)
 - Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux (10 % par rapport à 0 %)
- 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 28 %).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles de préférer les approches suivantes que celles comptant de 1 à 4 employés :
 - Communiquer avec l'Agence par courrier (10 % par rapport à 5 %)
 - Envoyer une télécopie à l'Agence (5 % par rapport à 1 %)

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. Près d'un tiers des PME (32 %) ont précisé qu'elles préféreraient communiquer avec l'Agence par téléphone dans cette situation. La consultation des pages sur l'impôt du site Web Canada.ca » (16 %) se classe loin derrière, suivi du courriel (14 %) et du fait de demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence (13 %). Moins de répondants communiqueraient avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne (8 %), par courrier (8 %), par télécopieur (3 %) ou par l'intermédiaire des médias sociaux (5 %).

Tableau 61. Source privilégiée de service ou de renseignements pour obtenir de l'aide concernant une situation fiscale personnelle

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n = 400)

Source privilégiée pour obtenir de l'aide concernant une situation fiscale personnelle	Total (n = 400)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 257)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 142)	Propriétaire unique (n = 276)	Sociétés de personnes (n = 44)	Entreprise constituée en société (n = 62)
Communiquer avec l'Agence par téléphone	32 %	27 %	41 %	27 %	45 %	47 %
Consulter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca	16 %	18 %	10 %	17 %	14 %	13 %
Envoyer un courriel à l'Agence	14 %	12 %	15 %	14 %	11 %	6 %
Demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence	13 %	11 %	18 %	12 %	7 %	24 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	8 %	9 %	7 %	10 %	5 %	2 %
Communiquer avec l'Agence par courrier	8 %	10 %	4 %	8 %	9 %	2 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	5 %	8 %	-	6 %	5 %	2 %

Envoyer une télécopie à l'Agence	3 %	4 %	1 %	3 %	5 %	2 %
Je ne sais pas	3 %	2 %	4 %	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 fait appel à des services de préparation de déclarations de revenus externes étaient plus susceptibles de demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence que celles qui utilisent des ressources internes (18 % par rapport à 4 %).
- Les entreprises en activité depuis plus de 10 ans étaient plus susceptibles de communiquer avec l'Agence en utilisant les sources suivantes, par rapport à celles en activité depuis 10 ans ou moins :
 - Communiquer avec l'Agence par téléphone (41 % par rapport à 27 %)
 - Demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence (18 % par rapport à 11 %)
- 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 :
 - Consulter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca (18 % par rapport à 10 %)
 - Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux (8 % par rapport à 0 %)
 - Envoyer une télécopie à l'Agence (4 % par rapport à 1 %)
- Les entreprises constituées en société (47 %) ou les sociétés de personnes (45 %) étaient plus susceptibles de préférer communiquer avec l'Agence par téléphone que les propriétaires uniques (27 %).
- Les entreprises constituées en société (24 %) étaient plus susceptibles de demander à un conseiller financier ou à un comptable de communiquer avec l'Agence par rapport aux propriétaires uniques (12 %) ou aux sociétés de personnes (7 %).
- Les propriétaires uniques étaient plus susceptibles de préférer communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne que les entreprises constituées en société (10 % par rapport à 2 %).

- 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 (43 % par rapport à 17 %).
- Les femmes étaient plus susceptibles de manifester de l'intérêt à communiquer avec l'Agence par téléphone que les hommes (41 % par rapport à 25 %).

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 ».

La moitié des PME (50 %) étaient très confiantes (cotes de 8 à 10) qu'elles seraient en mesure de régler un désaccord au sujet de leurs impôts, tandis que 33 % ont exprimé un niveau de confiance modéré (cotes de 4 à 7). Peu de répondants (13 %) ont exprimé un faible niveau de confiance (cotes de 1 à 3) dans la résolution du problème. Cela a donné lieu à une cote de confiance moyenne de 6,9, soit une cote neutre.

Tableau 62. Confiance perçue à l'égard du règlement des désaccords fiscaux avec l'Agence

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n = 400)

Cote de confiance	Total (n = 400)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 257)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 142)	Propriétaire unique (n = 276)	Sociétés de personnes (n = 44)	Entreprise constituée en société (n = 62)
8 – 10	50 %	65 %	24 %	56 %	50 %	18 %
4 – 7	33 %	25 %	46 %	30 %	36 %	45 %
1 – 3	13 %	8 %	23 %	11 %	7 %	29 %
Je ne sais pas	4 %	2 %	7 %	3 %	7 %	8 %
Moyenne	6,9	7,7	5,5	7,2	7,4	5,0

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 différences liées aux sous-segments :

- Les cotes de confiance moyennes étaient plus élevées chez les entreprises exploitées en Ontario (7,3) ou au Québec (7,2) que chez celles de l'Alberta (6,3).

- Ceux dont la langue officielle principale était le français ont attribué des cotes de confiance plus élevées que les anglophones (7,5 par rapport à 6,8).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus confiantes que celles en activité depuis plus de 10 ans (7,7 par rapport à 5,5).
- Les sociétés de personnes (7,4) ou les propriétaires uniques (7,2) étaient plus confiants que les entreprises constituées en société (5,0).
- Ceux âgés de 35 à 49 ans (7,8) ont fourni des cotes de confiance moyennes plus élevées que ceux âgés de 25 à 34 ans (7,1), de 50 à 64 ans (5,4) ou de 65 ans ou plus (5,5).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus confiantes que celles comptant moins d'employés (8,2 par rapport à 5,9).
- 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 (7,5 par rapport à 6,0).
- Les hommes étaient plus confiants que les femmes (7,2 par rapport à 6,5).

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. Plus de la moitié des PME (53 %) étaient très confiantes (cotes de 8 à 10), tandis que 31 % ont exprimé un niveau de confiance modéré (cotes de 4 à 7). Peu de répondants (13 %) ont exprimé un faible niveau de confiance (cotes de 1 à 3) dans l'équité du processus. Ce résultat donne lieu à une cote de confiance moyenne de 7,0.

Tableau 63. 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 = 400)

Cote de confiance	Total (n = 400)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 257)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 142)	Propriétaire unique (n = 276)	Sociétés de personnes (n = 44)	Entreprise constituée en société (n = 62)
8 – 10	53 %	64 %	33 %	59 %	43 %	29 %
4 – 7	31 %	26 %	41 %	28 %	39 %	40 %
1 – 3	13 %	9 %	20 %	11 %	9 %	26 %
Je ne sais pas	3 %	1 %	6 %	2 %	9 %	5 %
Moyenne	7,0	7,6	5,8	7,2	7,1	5,4

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 au Canada atlantique (6,5) ou en Alberta (6,3).
- 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 6,1).
- Les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus confiantes que celles en activité depuis plus de 10 ans (7,6 par rapport à 5,8).
- Les propriétaires uniques (7,2) et les sociétés de personnes (7,1) étaient plus confiants que les entreprises constituées en société (5,4).
- Les entreprises exerçant des activités dans le secteur du commerce de détail ont obtenu des cotes de confiance plus élevées en moyenne que celles qui exercent leurs activités dans d'autres industries (7,7 par rapport à 6,9).
- Les répondants âgés de 25 à 34 ans (7,2) ou de 35 à 49 ans (7,8) ont fourni des cotes de confiance moyennes plus élevées que celles âgées de 50 à 64 ans (5,7) ou de 65 ans ou plus (5,9).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus confiantes que celles comptant moins d'employés (8,1 par rapport à 6,1).
- Les hommes étaient plus confiants que les femmes (7,2 par rapport à 6,7).

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, 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 PME (76 %) étaient 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 trois entreprises sur cinq ont également convenu que l'Agence offre des services en ligne qui répondent à leurs besoins (59 %). Environ la moitié des répondants ont précisé qu'ils savaient comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels leur entreprise avait droit (51 %) ou qu'ils se sentaient bien informés des services offerts par l'Agence (51 %).

Tableau 64. Perceptions du service

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n= 400)

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.	76 %	19 %	3 %	3 %	8,5
L'Agence offre des services en ligne qui répondent à vos besoins.	59 %	32 %	7 %	3 %	7,6
Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mon entreprise a droit.	51 %	36 %	11 %	3 %	7,1
Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence.	51 %	37 %	11 %	2 %	6,9

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 observées entre les sous-groupes :

- 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 mes besoins (8,1 par rapport à 6,6)
 - Comprendre comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mon entreprise a droit (7,7 par rapport à 5,9)
 - Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence (7,5 par rapport à 5,9)
- 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 (8,0 par rapport à 6,6)
 - Comprendre comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mon entreprise a droit (7,8 par rapport à 6,0)
 - Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence (7,5 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 :
 - L'Agence offre des services en ligne qui répondent à mes besoins (7,7 par rapport à 7,0)

- Comprendre comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mon entreprise a droit (7,4 par rapport à 6,3)
 - Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence (7,2 par rapport à 6,2)
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles d'être en accord avec les mesures suivantes par rapport à celles qui comptent moins d'employés :
 - L'Agence offre des services en ligne qui répondent à mes besoins (8,4 par rapport à 6,9)
 - Comprendre comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mon entreprise a droit (8,1 par rapport à 6,3)
 - Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence (7,9 par rapport à 6,2)
- Ceux dont la langue officielle principale était le français étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes que ceux dont la langue officielle était principalement l'anglais :
 - L'Agence offre des services en ligne qui répondent à mes besoins (8,1 par rapport à 7,5)
 - Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence (7,6 par rapport à 6,8)
- Les entreprises exploitées en Ontario étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence offre des services en ligne qui répondent à leurs besoins par rapport à celles de l'Alberta (7,9 par rapport à 7,1).
- Ceux qui exercent leurs activités en Ontario (7,3) ou au Québec (7,3) étaient plus susceptibles d'être d'accord qu'ils se sentent bien informés au sujet des services que l'Agence a à offrir par rapport à ceux de l'Alberta (6,3).
- Les entreprises exploitées en Colombie-Britannique (7,5), en Ontario (7,4) ou au Québec (7,2) étaient plus susceptibles de convenir qu'elles comprennent comment accéder aux prestations et aux crédits fiscaux pour les entreprises par rapport à celles de l'Alberta (6,2).

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, 21 % n'en avaient pas et 7 % n'étaient pas certaines ou ont refusé de répondre.

Tableau 65. Inscription au service en ligne Mon dossier d'entreprise de l'Agence

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n= 400)

Inscription à Mon dossier d'entreprise	Total (n = 400)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 257)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 142)	Propriétaire unique (n = 276)	Sociétés de personnes (n = 44)	Entreprise constituée en société (n = 62)
Oui	73 %	74 %	69 %	67 %	89 %	81 %
Non	21 %	21 %	20 %	27 %	7 %	8 %
Je ne sais pas/ Refus	7 %	5 %	11 %	7 %	5 %	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 (87 %, comparativement à 54 % pour celles qui n'ont pas communiqué avec l'Agence);
- Entreprises comptant de 5 à 99 employés (91 % par rapport à 58 % de celles ayant moins d'employés).
- Les hommes (77 % par rapport à 67 % des femmes).
- Sociétés de personnes (89 %) ou entreprises constituées en société (81 % par rapport à 67 % des 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. Plus des deux cinquièmes (42 %) des répondants ont mentionné quelque chose lié à l'accès à l'information, y compris 27 % qui ont mentionné expressément le besoin de clarifications liées aux renseignements reçus de la part de l'Agence. Un autre 21 % ont mentionné des difficultés à accéder au portail en ligne, tandis que 19 % ont décrit divers besoins en matière de services nécessitant un appel téléphonique. Un peu moins de répondants ont décrit des préoccupations en matière de sécurité ou de protection des renseignements personnels en utilisant le portail en ligne (15 %), tandis que 10 % ont mentionné la « commodité » de communiquer avec l'Agence par téléphone.

Tableau 66. 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=52)⁹

Raisons de l'appel	Total (n = 52)
Renseignements (net)	42 %
Je n'ai pas pu obtenir les bons renseignements au moyen de Mon dossier d'entreprise	6 %
Il est beaucoup plus facile d'obtenir ou de rassembler les bons renseignements	6 %
Je n'ai pas pu trouver de réponses sur le site Web	4 %
Précisions (sous-réseau)	27 %
Je voulais des précisions approfondies sur des demandes de renseignements ou des réponses claires	19 %
Capable de mieux comprendre/expliciter plus	8 %
Accès (réseau)	21 %
Le téléphone est la méthode la plus accessible	15 %
J'ai eu de la difficulté à accéder au site ou mon compte a été verrouillé	8 %
Divers (réseau)	19 %
On m'a demandé d'appeler, un appel était nécessaire ou je ne faisais que rappeler	15 %
Cela est plus efficace	4 %
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	6 %
Commodité (réseau)	10 %
Je veux une transaction plus rapide	8 %
Je préfère parler à un humain qu'utiliser un service en ligne ou une fonction de clavardage	2 %
Autre	8 %

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]?

Processus liés à l'impôt des entreprises

On a demandé aux entreprises canadiennes de décrire la façon dont les lettres de l'Agence qui sont adressées à l'entreprise sont traitées. La plupart des répondants (67 %) ont indiqué qu'ils

⁹ Mise en garde : Groupe d'échantillon de petite taille.

étaient responsables de la lecture et du traitement des lettres reçues de l'Agence, tandis que 30 % 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 (2 %).

Tableau 67. Processus de réception des lettres de l'Agence adressées à l'entreprise

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n= 400)

Processus de réception d'une lettre	Total (n = 400)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 257)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 142)	Propriétaire unique (n = 276)	Sociétés de personnes (n = 44)	Entreprise constituée en société (n = 62)
Je la lirais et m'en occuperais moi-même	67 %	69 %	63 %	72 %	55 %	60 %
Je la lirais et la donnerais à mon comptable ou à mon service financier pour qu'il s'en occupe	30 %	28 %	33 %	24 %	41 %	37 %
Je la donnerais à mon comptable ou à mon service financier sans la lire	2 %	2 %	4 %	2 %	5 %	3 %
Je ne sais pas/Refus	1 %	2 %	1 %	2 %	-	-

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 sociétés de personnes (72 % par rapport à 55 %).
- Inversement, les sociétés de personnes (41 %) ou les entreprises constituées en société (37 %) 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 (24 %).

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 49 % n'en avaient pas.

Tableau 68. 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= 127)¹⁰

Employés dédiés qui traitent avec l'Agence	Total (n = 127)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 75)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 52)	Propriétaire unique (n = 72)	Sociétés de personnes (n = 20)	Entreprise constituée en société (n = 25)
Oui	47 %	59 %	31 %	44 %	75 %	24 %
Non	49 %	37 %	65 %	51 %	15 %	76 %
Je ne sais pas/Refus	4 %	4 %	4 %	4 %	10 %	-

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 (64 %) étaient les plus susceptibles d'être utilisés fréquemment, suivis des paiements en ligne (58 %). Près de la moitié des PME ont également déclaré recevoir fréquemment des factures par voie électronique (49 %), envoyer ou recevoir des transferts électroniques (48 %) ou envoyer des factures par voie électronique (47 %). Environ deux cinquièmes des entreprises effectuaient fréquemment des achats en ligne (42 %) ou tenaient à jour un site Web d'entreprise (39 %).

Tableau 69. Fréquence d'exécution d'activités opérationnelles en ligne

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n= 400)

Fréquence des activités commerciales	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais	Ne sait pas
Banque en ligne	64 %	28 %	6 %	3 %	-
Effectuer des paiements en ligne	58 %	29 %	11 %	2 %	<1 %
Recevoir les factures par voie électronique	49 %	35 %	11 %	6 %	<1 %
Envoyer ou recevoir des transferts électroniques de fonds	48 %	33 %	14 %	6 %	-
Envoyer les factures par voie électronique	47 %	32 %	12 %	9 %	-
Faire des achats en ligne	42 %	39 %	16 %	4 %	-

¹⁰ Mise en garde : Sous-groupes d'échantillon de petite taille.

Maintenir un site Web d'entreprise	39 %	26 %	13 %	22 %	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 étaient plus susceptibles que les hommes de participer fréquemment aux activités suivantes :
 - Banque en ligne (69 % par rapport à 59 %).
 - Envoyer ou recevoir des transferts électroniques de fonds (54 % par rapport à 44 %)
- 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 :
 - Banque en ligne (65 % par rapport à 50 %)
 - Effectuer des paiements en ligne (62 % par rapport à 40 %)
 - Envoyer des factures par voie électronique (54 % par rapport à 28 %)
 - Envoyer des factures par voie électronique (51 % par rapport à 26 %)
 - Envoyer ou recevoir des transferts électroniques de fonds (51 % par rapport à 37 %)
 - Maintenir un site Web d'entreprise (42 % par rapport à 23 %)

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

La plupart des PME (80 %) ont déclaré avoir consulté le site Web Canada.ca pour obtenir des renseignements fiscaux.

Tableau 70. 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= 400)

Déjà consulté le site Web Canada.ca	Total (n = 400)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 257)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 142)	Propriétaire unique (n = 276)	Sociétés de personnes (n = 44)	Entreprise constituée en société (n = 62)
Oui	80 %	84 %	72 %	78 %	84 %	81 %
Non	18 %	15 %	23 %	20 %	14 %	13 %
Je ne sais pas/Refus	3 %	2 %	5 %	2 %	2 %	6 %

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 (86 %, comparativement à 73 % pour celles qui ont exclusivement recours à des services externes);
- les répondants qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois (88 %, comparativement à 68 % pour ceux qui n'ont pas communiqué avec l'Agence);
- Entreprises en activité depuis 10 ans ou moins (84 % par rapport à 72 % pour celles en activité depuis 10 ans ou plus).
- Celles qui se sont inscrites au service Mon dossier d'entreprise (89 % par rapport à 55 % 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 3 répondants sur 5 (62 %) étaient tout à fait en accord (cotes de 8 à 10) avec l'énoncé selon lequel le site Web leur fournissait les renseignements dont ils avaient besoin. Plus de la moitié des répondants étaient d'accord avec l'énoncé selon lequel les renseignements fournis sont faciles à comprendre (59 %) et à trouver (54 %).

Tableau 71. 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= 318)

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.	62 %	31 %	7 %	< 1 %	7,6
Les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre.	59 %	31 %	10 %	< 1 %	7,3
Il est facile de trouver les renseignements que je cherche.	54 %	33 %	13 %	< 1 %	7,0

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 propriétaires uniques ou les sociétés de personnes 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 (7,8, 7,5 par rapport à 6,2)
 - Les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre (7,5, 7,5 par rapport à 5,7)
 - Il est facile de trouver les renseignements que je cherche (7,3, 7,4 par rapport à 5,4)
- 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 (8,1 par rapport à 6,5)
 - Les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre (7,9 par rapport à 5,9)
 - Il est facile de trouver les renseignements que je cherche (7,7 par rapport à 5,6)
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles d'être en accord avec les mesures suivantes par rapport à celles qui comptent moins d'employés :
 - Le site Web m'a fourni les renseignements dont j'avais besoin (8,5 par rapport à 6,6)
 - Les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre (8,2 par rapport à 6,4)
 - Il est facile de trouver les renseignements que je cherche (8,0 par rapport à 6,0)
- 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 (7,8 par rapport à 6,5)
 - Les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre (7,5 par rapport à 6,5)
 - Il est facile de trouver les renseignements que je cherche (7,3 par rapport à 6,1)

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 ». Plus de la moitié des PME (54 %) 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. 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 nouveaux produits et des services (48 %) et les nouveaux produits et services répondent aux impératifs liés aux affaires (47 %).

Tableau 72. Perceptions du processus de production des déclarations de revenus d'entreprise

Base : (PME) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n= 400)

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.	54 %	31 %	12 %	4 %	7,1
L'Agence prend en considération les besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services.	48 %	30 %	9 %	14 %	7,1
L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent bien aux impératifs liés aux affaires.	47 %	29 %	9 %	16 %	7,1

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 :
 - 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 6,2)

- L'Agence tient compte des besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services (7,8 par rapport à 5,7)
- L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent aux impératifs liés aux affaires (7,8 par rapport à 5,7)
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés ont donné un accord moyen plus élevé avec les mesures suivantes par rapport à celles qui comptent moins d'employés :
 - 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 (8,0 par rapport à 6,3)
 - L'Agence tient compte des besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services (8,1 par rapport à 6,2)
 - L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent aux impératifs liés aux affaires (8,1 par rapport à 6,2)
- Les propriétaires uniques ou les sociétés de personnes étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes que les entreprises constituées en société :
 - 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 (7,3; 7,6 par rapport à 5,4)
 - L'Agence tient compte des besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services (7,4; 7,3 par rapport à 5,2)
 - L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent aux impératifs liés aux affaires (7,4; 7,3 par rapport à 5,2)
- Les personnes inscrites au service Mon dossier d'entreprise étaient plus susceptibles de convenir que l'Agence tient compte des besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services par rapport à celles qui n'étaient pas inscrites (7,3 par rapport 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) [41 %] ou d'un fardeau modéré (cotes de 4 à 7) [38 %]. Les autres répondants (21 %) ont attribué la cote 1 à 3 à la mesure dans laquelle le respect de leurs obligations fiscales représentait un fardeau. Cela a donné lieu à une cote de fardeau moyenne de 6,1, soit une cote neutre.

Tableau 73. 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= 400)

Cote de fardeau en matière de production de déclarations de revenus	Total (n = 400)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 257)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 142)	Propriétaire unique (n = 276)	Sociétés de personnes (n = 44)	Entreprise constituée en société (n = 62)
De 8 à 10	41 %	46 %	32 %	43 %	39 %	29 %
De 4 à 7	38 %	33 %	45 %	37 %	36 %	44 %
De 1 à 3	21 %	20 %	22 %	19 %	23 %	27 %
Ne sait pas	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	-
Moyenne	6,1	6,4	5,7	6,2	5,9	5,7

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 entreprises 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 (6,4 par rapport à 5,7).
- 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 (6,8 par rapport à 5,7).

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, 39 % ont précisé qu'ils préféreraient visiter les pages sur l'impôt sur le site Web Canada.ca, tandis que 18 % choisiraient de communiquer avec l'Agence par téléphone. Moins de répondants préfèrent communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux (12 %), en envoyant un courriel à l'Agence (11 %) ou en utilisant une fonction de clavardage en ligne (11 %). Les autres réponses fournies comprenaient la communication avec l'Agence par la poste (5 %) et par télécopieur (2 %).

Tableau 74. Source privilégiée de service ou de renseignements pour des renseignements de base

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n= 403)

Source privilégiée pour des renseignements de base	Total (n = 403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 241)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 160)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 262)	Pas de communication au cours des 12 derniers mois (n = 120)
Consulter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca	39 %	34 %	48 %	37 %	47 %
Communiquer avec l'Agence par téléphone	18 %	20 %	16 %	17 %	20 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	12 %	15 %	8 %	15 %	6 %
Envoyer un courriel à l'Agence	11 %	12 %	11 %	11 %	13 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	11 %	12 %	10 %	14 %	7 %

Communiquer avec l'Agence par courrier	5 %	6 %	4 %	5 %	4 %
Envoyer une télécopie à l'Agence	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %
Autre	<1 %	-	1 %	<1 %	-
Je ne sais pas	1 %	<1 %	1 %	1 %	2 %

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 entreprises en activité depuis plus de 10 ans étaient plus susceptibles de communiquer avec l'Agence à partir des pages sur l'impôt du site Web Canada.ca que celles en activité depuis 10 ans ou moins (48 % par rapport à 34 %).
- Inversement, 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 (15 % par rapport à 8 %).
- Ceux qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois étaient plus susceptibles de préférer les sources suivantes que ceux qui ont déclaré ne pas avoir communiqué avec l'Agence :
 - Médias sociaux (15 % par rapport à 6 %)
 - Une fonction de clavardage en ligne (14 % par rapport à 7 %)
- Les intermédiaires fiscaux exerçant des activités en Ontario étaient plus susceptibles de préférer communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux que ceux de l'Alberta (16 % par rapport à 4 %).

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 (40 %), suivie de l'envoi d'un courriel (17 %), de l'utilisation d'une fonction de clavardage en ligne (13 %) et de la consultation des pages sur l'impôt du site Web Canada.ca (10 %). Moins d'intermédiaires fiscaux préféreraient communiquer avec l'Agence par courrier (9 %), par l'intermédiaire des médias sociaux (6 %) ou par télécopieur (3 %).

Tableau 75. 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= 403)

Source privilégiée pour obtenir des précisions sur des renseignements envoyés par l'Agence	Total (n = 403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 241)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 160)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 262)	Pas de communication au cours des 12 derniers mois (n = 120)
Communiquer avec l'Agence par téléphone	40 %	34 %	51 %	37 %	48 %
Envoyer un courriel à l'Agence	17 %	20 %	13 %	18 %	17 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	13 %	14 %	11 %	13 %	14 %
Consulter les pages de l'impôt du site Web Canada.ca	10 %	10 %	11 %	9 %	9 %
Envoyer une lettre à l'Agence	9 %	10 %	6 %	11 %	3 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	6 %	8 %	4 %	7 %	5 %
Envoyer une télécopie à l'Agence	3 %	3 %	3 %	3 %	2 %
Autre	<1 %	-	1 %	<1 %	-
Je ne sais pas	1 %	<1 %	2 %	1 %	2 %

E-2. Vous verrez maintenant des situations où vous pourriez avoir à traiter avec l'Agence. Pour chacune d'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.

D'autres comparaisons de sous-groupes lorsqu'il s'agit de recevoir des précisions sur les renseignements envoyés par l'Agence comprenaient ce qui suit :

- Les intermédiaires fiscaux en activité depuis plus de 10 ans sont plus susceptibles de privilégier la communication avec l'Agence par téléphone que celles en activité depuis 10 ans ou moins (51 % par rapport à 34 %).
- Inversement, ceux qui exercent leur activité depuis 10 ans ou moins préféreraient communiquer avec l'Agence par courrier par rapport à ceux qui exercent leur activité depuis plus de 10 ans (20 % par rapport à 13 %).

- Les répondants qui ont déclaré n'avoir eu aucun contact avec l'Agence au cours des 12 derniers mois étaient plus susceptibles de préciser qu'ils communiqueraient avec l'Agence par téléphone que ceux qui ont récemment communiqué avec l'Agence (48 % par rapport à 37 %).
- Inversement, les personnes qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois étaient plus susceptibles de préférer la communication par courriel que celles qui n'avaient pas eu de communication avec l'Agence (11 % par rapport à 3 %).
- Les intermédiaires fiscaux qui étaient inscrits au service Représenter un client étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les sources suivantes que ceux qui ne l'étaient pas :
 - Courriel (10 % par rapport à 3 %)
 - Médias sociaux (8 % par rapport à 2 %)
- Les personnes exerçant leurs activités au Québec (20 %) étaient plus susceptibles de préférer la communication au moyen d'une fonction de clavardage en ligne que celles de l'Ontario (10 %) ou de la Colombie-Britannique (6 %).
- Les répondants qui exercent leurs activités en Colombie-Britannique (17 %) étaient plus susceptibles d'avoir eu un contact par l'intermédiaire des pages sur l'impôt du site Web Canada.ca par rapport à ceux qui vivent en Ontario (7 %) ou au Québec (7 %).

Les intermédiaires fiscaux ont 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. La plupart des intermédiaires fiscaux (41 %) ont précisé qu'ils préféreraient communiquer avec l'Agence par téléphone, tandis que 18 % préféreraient envoyer un courriel à l'Agence. Moins de personnes consulteraient les pages de l'impôt sur le site Web Canada.ca (10 %), communiqueraient avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne (10 %) ou par la poste (10 %). Les autres réponses fournies comprenaient la communication avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux (6 %) ou par télécopieur (3 %).

Tableau 76. 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= 403)

Source privilégiée pour obtenir de l'aide concernant une situation fiscale personnelle	Total (n = 403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 241)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 160)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 262)	Pas de communication au cours des 12 derniers mois (n = 120)
Communiquer avec l'Agence par téléphone	41 %	37 %	48 %	38 %	48 %
Envoyer un courriel à l'Agence	18 %	20 %	14 %	18 %	18 %
Consulter les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca	10 %	8 %	14 %	9 %	11 %
Communiquer avec l'Agence au moyen d'une fonction de clavardage en ligne	10 %	11 %	9 %	12 %	8 %
Communiquer avec l'Agence par courrier	10 %	12 %	6 %	10 %	8 %
Communiquer avec l'Agence par l'intermédiaire des médias sociaux	6 %	7 %	5 %	7 %	5 %
Envoyer une télécopie à l'Agence	3 %	4 %	3 %	4 %	2 %
Je ne sais pas	1 %	1 %	2 %	2 %	1 %

*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 en activité depuis plus de 10 ans sont plus susceptibles de privilégier la communication avec l'Agence par téléphone que celles en activité depuis 10 ans ou moins (48 % par rapport à 37 %).
- Inversement, les entreprises en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles de préférer communiquer avec l'Agence par courrier que celles en activité depuis plus de 10 ans (12 % par rapport à 6 %).

- Les intermédiaires fiscaux exerçant leurs activités en Ontario étaient plus susceptibles de préférer l'interaction au moyen d'une fonction de clavardage en ligne que ceux du Québec (15 % par rapport à 6 %).
- Les personnes exerçant leurs activités en Alberta étaient plus susceptibles de préférer la communication par téléphone que celles de la Colombie-Britannique (49 % par rapport à 29 %).
- Les intermédiaires fiscaux exerçant des activités en Colombie-Britannique étaient plus susceptibles de préférer la communication par la poste que ceux de l'Ontario (17 % par rapport à 7 %).
- Les intermédiaires fiscaux qui n'étaient pas inscrits au service Représenter un client étaient plus susceptibles de préférer communiquer par téléphone que ceux qui l'étaient (52 % par rapport à 35 %).

Confiance à l'égard du règlement des désaccords fiscaux

On a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens d'évaluer leur niveau de confiance que tout désaccord éventuel avec l'Agence serait réglé à l'aide d'une échelle de 1 à 10, 1 étant pas du tout confiant et 10 étant extrêmement confiant.

Près de la moitié des intermédiaires fiscaux ont exprimé un niveau de confiance élevé (cotes de 8 à 10) [49 %], tandis que 42 % des intermédiaires fiscaux ont exprimé un niveau de confiance modéré (cotes de 4 à 7). Peu de répondants (7 %) ont exprimé un faible niveau de confiance (cotes de 1 à 3) dans la résolution du problème. Cela a donné lieu à une cote de confiance moyenne de 7,1.

Tableau 77. Confiance perçue à l'égard du règlement d'un désaccord fiscal avec l'Agence

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n = 403)

Cote de confiance	Total (n = 403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 241)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 160)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 262)	Pas de communication au cours des 12 derniers mois (n = 120)
8 – 10	49 %	55 %	40 %	52 %	43 %
4 – 7	42 %	39 %	46 %	39 %	47 %
1 – 3	7 %	4 %	12 %	7 %	8 %
Je ne sais pas	2 %	2 %	3 %	2 %	3 %
Moyenne	7,1	7,4	6,6	7,2	6,8

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 différences pertinentes entre les sous-groupes concernant la résolution des désaccords fiscaux avec l'Agence comprennent ce qui suit :

- Ceux qui exercent leurs activités en Ontario (7,4) étaient plus confiants que ceux qui exercent leurs activités au Québec (6,9) ou en Colombie-Britannique (6,8).
- Les intermédiaires fiscaux en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus confiantes que celles en activité depuis plus de 10 ans (7,4 par rapport à 6,6).

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 de la moitié des intermédiaires fiscaux (51 %) ont exprimé un niveau de confiance élevé (cotes de 8 à 10), tandis que 41 % des intermédiaires fiscaux ont exprimé un niveau de confiance modéré (cotes de 4 à 7). Peu d'entre eux (6 %) ont décrit un faible niveau de confiance (cotes de 1 à 3) que le processus serait mené de façon équitable. Ce résultat représente une cote de confiance moyenne de 7,2, soit une cote neutre.

Tableau 78. Confiance perçue à l'égard du caractère équitable du processus de règlement d'un désaccord fiscal avec l'Agence

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n= 403)

Cote de confiance	Total (n = 403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 241)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 160)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 262)	Pas de communication au cours des 12 derniers mois (n = 120)
8 – 10	51 %	56 %	45 %	55 %	45 %
4 – 7	41 %	39 %	44 %	39 %	47 %
1 – 3	6 %	4 %	9 %	6 %	5 %
Je ne sais pas	1 %	1 %	2 %	-	3 %
Moyenne	7,2	7,4	6,9	7,2	7,1

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 du sous-groupe concernant la question de savoir si un désaccord fiscal serait réglé de façon équitable comprenaient :

- Les intermédiaires fiscaux en activité depuis 10 ans ou moins étaient plus confiantes que celles en activité depuis plus de 10 ans (7,4 par rapport à 6,9).
- Ceux qui exercent leurs activités en Ontario étaient plus confiants que ceux qui exercent leurs activités en Colombie-Britannique (7,5 par rapport à 6,8).

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 des deux tiers des répondants (68 %) sont 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 trois répondants sur cinq ont également convenu qu'ils savent comment accéder aux prestations et aux crédits fiscaux auxquels leurs clients ont droit (57 %), tandis qu'un peu moins d'entre eux ont convenu qu'ils se sentaient bien informés au sujet des services que l'Agence a à offrir (54 %) et que celle-ci offre des services en ligne qui répondent à leurs besoins (52 %).

Tableau 79. Perceptions du service

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n= 403)

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 %	26 %	4 %	1 %	8,1
Je sais comment accéder aux prestations et aux crédits d'impôt auxquels mes clients ont droit.	57 %	37 %	4 %	2 %	7,5
Je me sens bien informé des services offerts par l'Agence.	54 %	38 %	8 %	< 1 %	7,3
L'Agence offre des services en ligne qui répondent à vos besoins.	52 %	39 %	7 %	2 %	7,2

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 (7,7 par rapport à 7,1).
- Les personnes exerçant leurs activités en Alberta (8,9) étaient plus susceptibles d'être d'accord que lorsqu'elles communiquaient avec l'Agence par téléphone, elles recevaient un service dans la langue officielle de leur choix par rapport à celles de la Colombie-Britannique (8,1), de l'Ontario (8,0) ou du Québec (7,8).
- Les intermédiaires fiscaux exerçant des activités en Ontario (7,8) étaient plus susceptibles de convenir qu'ils savent comment accéder aux prestations et aux crédits fiscaux auxquels leurs clients ont droit par rapport à ceux du Québec (7,2) ou de la Colombie-Britannique (7,1).
- Les personnes exerçant leurs activités en Ontario étaient plus susceptibles d'être d'accord qu'elles se sentent bien informées des services que l'Agence a à offrir par rapport à celles de la Colombie-Britannique (7,6 par rapport à 6,9).
- Ceux qui exercent leur activité depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d'être d'accord avec le fait que l'Agence offre des services en ligne qui répondent à leurs besoins, par rapport à ceux qui exercent leur activité depuis plus de 10 ans (7,5 par rapport à 6,8).

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. Près des deux tiers des intermédiaires fiscaux (64 %) ont déclaré avoir un compte, tandis que 28 % n'en avaient pas. Moins d'intermédiaires fiscaux (7 %) étaient incertains ou ont refusé de répondre.

Tableau 80. Inscription au service en ligne Représenter un client de l'Agence

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n= 403)

Inscription au service Représenter un client	Total (n = 403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 241)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 160)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 262)	Pas de communication au cours des 12 derniers mois (n = 120)
Oui	64 %	68 %	59 %	76 %	43 %
Non	28 %	24 %	34 %	19 %	47 %
Je ne sais pas/Refus	7 %	8 %	6 %	4 %	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 personnes les plus susceptibles d'être inscrites au service Représenter un client comprenaient ce qui suit :

- Les répondants qui ont interagi avec l'Agence au cours des 12 derniers mois (76 % par rapport à 43 % pour ceux qui ne l'ont pas fait).
- Les intermédiaires fiscaux exerçant des activités en Ontario (69 %) ou en Alberta (69 % par rapport à 52 % chez ceux du Québec).
- Ceux dont la langue officielle principale était l'anglais (67 % par rapport à 54 % chez les francophones).

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. Un quart des répondants (25 %) ont indiqué qu'ils avaient besoin d'accéder à des renseignements, 16 % d'entre eux ont précisément indiqué la nécessité d'obtenir des précisions sur les renseignements reçus de l'Agence. Près d'un cinquième des répondants ont mentionné la « commodité » (17 %) ou des préoccupations en matière de sécurité ou de protection des renseignements personnels (16 %), tandis qu'un peu moins de répondants ont mentionné des problèmes d'accès au portail en ligne (12 %).

Tableau 81. 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= 83)¹¹

Raisons de l'appel	Total (n = 83)
Renseignements (net)	25 %
Impôts/reenseignements fiscaux	6 %
Il est beaucoup plus facile d'obtenir ou de rassembler les bons renseignements	2 %
Je n'ai pas pu trouver de réponses sur le site Web	2 %
Précisions (sous-réseau)	16 %
Je voulais des précisions approfondies sur des demandes de renseignements ou des réponses claires	16 %
Commodité (réseau)	17 %
Cela était plus pratique, plus facile ou plus simple	8 %
Je préfère parler à un humain qu'utiliser un service en ligne ou une fonction de clavardage	7 %
Je veux une transaction plus rapide	5 %
Sécurité ou protection des renseignements personnels (réseau)	16 %
La question concernait des factures, un paiement ou des affaires financières	10 %
La demande de renseignements était délicate et nécessitait une attention personnelle (impôts, entreprise, prestations, etc.)	6 %
Divers (réseau)	14 %
J'avais besoin d'une aide immédiate ou un problème devait être réglé immédiatement	13 %
On m'a demandé d'appeler, un appel était nécessaire ou je ne faisais que rappeler	1 %
Accès (réseau)	12 %
J'ai eu de la difficulté à accéder au site ou mon compte a été verrouillé	6 %
Le téléphone est la méthode la plus accessible	6 %
Autre	20 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	4 %

¹¹ Attention : échantillon de petite taille

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

La majorité des intermédiaires fiscaux (85 %) ont indiqué qu'ils avaient consulté le site Web Canada.ca pour obtenir des renseignements fiscaux.

Tableau 82. 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= 403)

Déjà consulté le site Web Canada.ca	Total (n= 403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 241)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 160)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 262)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 120)
Oui	85 %	83 %	86 %	89 %	75 %
Non	13 %	15 %	12 %	9 %	23 %
Je ne sais pas/Refus	2 %	2 %	2 %	2 %	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 (89 %, comparativement à 75 % pour ceux qui n'ont pas communiqué avec l'Agence).
- Les répondants qui étaient inscrits au portail fiscal sécurisé Représenter un client (88 %, en comparaison avec 77 % de celles qui ne sont pas inscrites).

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 ». Un peu plus de 3 répondants sur 5 (61 %) étaient tout à fait en accord (cotes de 8 à 10) avec l'énoncé selon lequel le site Web fournissait les renseignements nécessaires. Un peu moins de répondants étaient d'accord avec

l'énoncé selon lequel les renseignements fournis sont faciles à comprendre (55 %) et à trouver (51 %).

Tableau 83. 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= 341)

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.	61 %	33 %	6 %	1 %	7,4
Les renseignements fournis sur les pages sur l'impôt du site Web Canada.ca sont faciles à comprendre.	55 %	38 %	7 %	< 1 %	7,2
Il est facile de trouver les renseignements que je cherche.	51 %	38 %	10 %	< 1 %	7,0

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 exerçant des activités depuis 10 ans ou moins étaient plus susceptibles de reconnaître qu'il est facile de trouver les renseignements qu'ils recherchent que ceux exerçant leurs activités depuis plus de 10 ans (7,4 par rapport à 6,5).

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 ». Près de la moitié des répondants ont convenu (cotes de 8 à 10) qu'ils ont passé moins de temps à chercher les renseignements requis pour respecter les obligations fiscales des entreprises au cours de la dernière année (46 %), que l'Agence tient compte des besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits services (46 %) et élabore de nouveaux produits et services qui sont conformes aux réalités de la conduite des affaires (45 %).

Tableau 84. Perceptions du processus de production des déclarations de revenus d'entreprise

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module de service, tous les répondants (n= 403)

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	46 %	43 %	8 %	3 %	6,9
L'Agence tient compte des besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services	46 %	41 %	8 %	5 %	7,0
L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui répondent aux impératifs liés aux affaires	45 %	42 %	8 %	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 :

- Ceux dont la plus récente communication avec l'Agence en ligne au cours de la dernière année 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 tient compte des besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services (7,9 par rapport à 6,7)
 - 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 (7,4 par rapport à 6,5)
- 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 10 ans ou plus :
 - L'Agence tient compte des besoins des entreprises lorsqu'elle élabore de nouveaux produits et services (7,2 par rapport à 6,7)
 - 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 (7,2 par rapport à 6,2)

- L'Agence élabore de nouveaux produits et services qui correspondent aux réalités de la conduite des affaires (7,1 par rapport à 6,6). Les entreprises qui exercent leurs activités en Ontario élaborent de nouveaux produits et services qui répondent aux impératifs liés aux affaires, par rapport à ceux qui exercent leurs activités au Québec (7,3 par rapport à 6,7).

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 ». Plus du quart des intermédiaires fiscaux estimaient qu'il s'agissait d'un énorme fardeau (cotes de 8 à 10) [29 %], tandis que près de la moitié des intermédiaires fiscaux estimaient qu'il s'agissait d'un fardeau modéré (cotes de 4 à 7) [47 %]. Moins d'intermédiaires fiscaux (23 %) 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 donne lieu à une cote de fardeau moyenne de 5,7.

Tableau 85. 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= 403)

Cote de fardeau en matière de production de déclarations de revenus	Total (n = 403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n = 241)	En activité depuis plus de 10 ans (n = 160)	Communication au cours des 12 derniers mois (n = 262)	Pas de communication au cours des 12 derniers mois (n = 120)
De 8 à 10	29 %	33 %	23 %	34 %	20 %
De 4 à 7	47 %	46 %	47 %	45 %	50 %
De 1 à 3	23 %	19 %	29 %	21 %	28 %
Ne sait pas	1 %	1 %	1 %	-	3 %
Moyenne	5,7	6,1	5,2	6,0	5,3

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]?

Les cotes de fardeau moyen de production de déclarations de revenus étaient plus élevées parmi les sous-groupes suivants :

- Les intermédiaires fiscaux en activité depuis 10 ans ou moins (6,1 par rapport à 5,2 chez celles en activité depuis 10 ans ou plus).
- Les répondants qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois (6,0 par rapport à 5,3 pour ceux qui n'ont pas communiqué avec celle-ci).
- Les intermédiaires fiscaux qui ont communiqué avec l'Agence en ligne au cours des 12 derniers mois (6,4 par rapport à 5,5 parmi ceux qui ont communiqué avec l'Agence par téléphone).

Attitudes à l'égard de l'observation fiscale

Population Générale

Valeur pour les impôts

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 36 % qui estimaient avoir payé beaucoup trop cher et 22 % qui estimaient avoir payé un peu trop cher, tandis que près d'un tiers (32 %) estimaient avoir payé à peu près le bon montant. Peu d'entre eux (7 %) estimaient avoir payé trop peu.

Tableau 86. 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= 1 202)

Impôt et services reçus	Total (n= 1 202)	Atlantique (n= 130)	Qc (n= 276)	ON/ Nt (n= 400)	MB/ SK (n= 118)	AB/ TNO (n= 123)	CB/ Yn (n= 155)	De 18 à 24 ans (n= 26)	De 25 à 34 ans (n= 91)	35-49 (n= 184)	50-64 (n= 311)	65+ (n= 574)
Beaucoup trop	36 %	34 %	33 %	39 %	32 %	39 %	32 %	21 %	36 %	44 %	42 %	26 %
Un peu trop	22 %	28 %	24 %	24 %	22 %	19 %	15 %	23 %	26 %	25 %	19 %	19 %
Juste assez	32 %	27 %	36 %	29 %	34 %	32 %	37 %	34 %	30 %	24 %	28 %	45 %
Trop peu	7 %	7 %	6 %	6 %	8 %	4 %	14 %	21 %	7 %	3 %	7 %	6 %
Je ne sais pas/	3 %	3 %	2 %	2 %	5 %	6 %	2 %	1 %	1 %	4 %	3 %	4 %

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 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 28 %).
- Les répondants âgés de 65 ans ou plus étaient plus susceptibles d'estimer qu'ils payaient juste assez d'impôt (45 %). Inversement, les répondants âgés 35-49 (44 %) et 50-64 (42 %) étaient plus susceptibles d'estimer qu'ils payaient beaucoup trop d'impôt que ceux de la tranche d'âge la plus élevée (26 %).
- Les répondants ayant fait des études dans une école de métiers ou un collège (37 %), ou un diplôme universitaire (34 %) étaient plus susceptibles de penser qu'ils payaient le bon montant que ceux ayant un diplôme d'études secondaires (24 %).
- Ceux qui étaient des travailleurs indépendants (48 %) ou qui travaillaient à temps plein (38 %) étaient plus susceptibles de croire qu'ils avaient payé beaucoup trop cher que les répondants retraités (29 %).
- Les répondants nés à l'extérieur du Canada étaient plus susceptibles de croire qu'ils ont payé beaucoup trop cher que ceux nés au Canada (48 % par rapport à 33 %).
- Les Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant médiocre (cotes de 1 à 3) [70 %] 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) [33 %] ou bon (cotes de 8 à 10) [25 %].
- Les répondants dont l'indice de confiance était faible (cotes de 1 à 3) [72 %] ou neutre (cotes de 4 à 7) [36 %] 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) [23 %].

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) [23 %], 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 87. Probabilité perçue que les fraudeurs fiscaux se font prendre au Canada

Base : (Population générale) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 1 202)

Probabilité que les fraudeurs fiscaux se font prendre	Total (n= 1 202)	Atlantique (n= 130)	Qc (n= 276)	ON/ Nt (n= 400)	MB/ SK (n= 118)	AB/ TNO (n= 123)	CB/ Yn (n= 155)	De 18 à 24 ans (n= 26)	De 25 à 34 ans (n= 91)	35-49 (n= 184)	50-64 (n= 311)	65+ (n= 574)
8 – 10	23 %	35 %	27 %	22 %	29 %	16 %	18 %	25 %	27 %	23 %	22 %	21 %
4 – 7	52 %	48 %	54 %	50 %	45 %	56 %	55 %	70 %	52 %	49 %	50 %	52 %
1 – 3	17 %	10 %	12 %	19 %	16 %	21 %	17 %	5 %	15 %	20 %	19 %	16 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	8 %	7 %	7 %	8 %	10 %	7 %	10 %	-	6 %	7 %	10 %	11 %
Moyenne	5,8	6,5	6,1	5,5	6,1	5,3	5,7	6,5	5,9	5,6	5,7	5,7

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) [6,5, comparativement à 5,7 pour ceux qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant neutre et à 4,8 pour ceux qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant faible];
- Ceux qui vivent au Canada atlantique (6,5) ou au Québec (6,1 par rapport à 5,5 pour ceux qui vivent en Ontario, 5,3 vivant en Alberta).
- Répondants dont la langue officielle principale était le français (6,2 par rapport à 5,6 chez les anglophones).

- les répondants qui gagnent moins de 40 000 \$ (6,2), de 40 000 \$ à moins de 80 000 \$ (6,1) ou de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (5,6, comparativement à 5,0 pour ceux qui gagnent 150 000 \$ ou plus);
- les répondants qui ne sont pas nés au Canada (6,2 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) [6,2, comparativement à 5,2 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) [6,6, comparativement à 5,5 pour ceux dont l'indice de confiance était neutre et à 4,7 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. Vingt-quatre pour cent 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 88. 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)	24 %	45 %	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) [6,9] 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) [5,6] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [3,7].
- 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 6,4 pour les répondants âgés de 18 à 24 ans et de 6,0 pour les répondants âgés de 25 à

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

- 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 4,9 pour ceux qui gagnent plus de 150 000 \$.
- Les Canadiens qui ont un diplôme d'études secondaires étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux par rapport à ceux qui ont fait des études universitaires (6,0 par rapport à 5,4).
- 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 (6,4 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 7,4 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 3,1 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 6,2 pour ceux dont l'indice de satisfaction à l'égard du service était élevé (cotes de 8 à 10), à 5,1 pour ceux dont l'indice de satisfaction à l'égard du service était modéré (cotes de 4 à 7) et à 3,1 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 ».

Près des deux tiers (60 %) 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 (35 %) étaient fortement d'accord que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future, tandis que 43 % étaient modérément d'accord (cotes de 4 à 7) et 34 % étaient tout à fait d'accord que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales. Presque autant de Canadiens (32 %) étaient

fortement d'accord pour dire 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, tandis que 42 % étaient modérément d'accord.

Les énoncés qui, d'une façon ou d'une autre, toléraient la fraude fiscale ont obtenu des niveaux d'accord beaucoup plus faibles. Premièrement, 20 % 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 deux fois plus d'entre eux étaient fortement en désaccord (40 %). De même, 17 % 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 (52 %).

Le niveau d'accord avait tendance à être modéré pour toutes les mesures (cotes de 4,6 à 7,6), 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 (3,9).

Tableau 89. Perceptions de la fraude fiscale

Base : (Population générale) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 1 202)

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.	60 %	26 %	11 %	3 %	7,6
Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future.	35 %	43 %	16 %	6 %	6,2
L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales.	34 %	28 %	34 %	3 %	5,4
L'Agence n'aura jamais connaissance d'un revenu reçu en argent comptant s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus.	32 %	42 %	18 %	8 %	6,0
Il est acceptable pour les gens de payer en argent comptant pour des biens et des services afin d'éviter de payer la TPS/TVH.	20 %	36 %	40 %	4 %	4,6
Il est acceptable, pour un particulier, de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant.	17 %	28 %	52 %	3 %	3,9

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 (6,9) 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 les formulaires d'impôt sur le revenu que ceux qui vivent en Alberta (5,8), au Canada atlantique (5,8), en Ontario (5,8), en Colombie-Britannique (5,8), ou au Manitoba ou en Saskatchewan (5,7).

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) ou en Alberta (5,8). Les Québécois étaient les moins susceptibles d'être d'accord que lorsque les personnes commettent de la fraude fiscale, cela réduit les fonds disponibles pour les services essentiels (7,0). Les personnes vivant au Québec (6,0) étaient plus susceptibles de convenir que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales devant les tribunaux par rapport à celles qui vivent en Ontario (5,1) ou en Alberta (4,8).

- 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 (7,1 par rapport à 6,0). De plus, les personnes nées à l'étranger étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales devant les tribunaux (6,0 par rapport à 5,2).
- Les Canadiens 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'études universitaires (3,6). En outre, les répondants qui ont un diplôme d'études universitaires (8,1) 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'une école de métiers ou d'un collège (7,1), ou d'un diplôme d'études secondaires (7,2). Les répondants qui ont un diplôme d'études secondaires (6,7) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future, par rapport à ceux qui ont un diplôme d'une école de métiers ou d'un collège (6,0), ou un diplôme d'études universitaires (6,1). Les répondants qui ont un diplôme d'études secondaires (5,2) ou un diplôme d'une école de métiers ou d'études collégiales (5,0) 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 dont la langue officielle principale était l'anglais étaient plus susceptibles d'être d'accord que la fraude fiscale réduit les fonds disponibles pour les services essentiels que les francophones (7,8 par rapport à 7,0). Inversement, ceux dont la langue officielle principale était le français étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence ne serait jamais au courant d'un revenu qui n'est pas déclaré sur les formulaires d'impôt sur le revenu (6,9 par rapport à 5,7).
- Les hommes sont plus enclins que les femmes (6,4 par rapport à 5,7) à penser que l'Agence n'aura jamais connaissance du revenu s'il n'est pas déclaré dans les formulaires d'impôt sur le revenu.
- Les répondants âgés de 65 ans ou plus (8,1) 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 (7,3). Les répondants âgés de 25 à 34 ans (5,0) ou de 35 à 49 ans (5,1) 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 de 50 à 64 ans (4,0) ou de 65 ans ou plus (4,2).
- Les répondants dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ (4,2) ou compris entre 40 000 et 80 000 dollars (4,2) 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 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (3,8), ou 150 000 \$ ou plus (3,4). De plus, les répondants ayant un revenu de ménage inférieur à 40 000 \$ (6,7), ou compris entre 40 000 \$ et 80 000 \$ (6,4) étaient plus susceptibles d'être d'accord pour dire que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future par rapport à ceux qui gagnent entre 80 000 \$ et moins de 150 000 \$ (6,0) ou 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 (5,0). Ceux qui gagnent moins de 40 000 \$ (6,0) étaient plus susceptibles de convenir que l'Agence publie une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales devant les tribunaux, par rapport à ceux qui gagnent de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (5,1), ou 150 000 \$ ou plus (4,9).
- Dans l'ensemble du statut d'emploi, les étudiants (8,3) étaient plus susceptibles de convenir que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future par rapport à ceux qui étaient des travailleurs indépendants (6,3), des Canadiens à la retraite (6,2), des travailleurs à temps partiel (6,2) ou des travailleurs à temps plein (6,0). Les

répondants retraités (5,9) 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 (5,1) ou qui sont des travailleurs indépendants (4,9).

- 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 8,4 pour ceux dont l'indice de confiance était bon (cotes de 8 à 10), à 7,5 pour ceux dont l'indice de confiance était modéré (cotes de 4 à 7) et à 6,2 pour ceux dont l'indice de confiance était faible (cotes de 1 à 3). Les répondants dont l'indice de confiance était élevé (7,2) 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 (5,9) ou faible (4,9). Inversement, les personnes qui ont fourni des cotes médiocres étaient plus susceptibles d'être d'accord qu'il est acceptable pour les gens de payer en argent comptant pour des biens et des services afin d'éviter de payer la TPS/TVH (5,5) par rapport à ceux qui ont accordé une cote modérée (4,4) ou bonne (4,5).
- Les Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,2] 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) [7,6] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [6,6]. Les Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (6,7) 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 (6,2) ou médiocre (5,3).

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 60 % 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 près de la moitié (45 %) 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.

Tableau 90. Perceptions du traitement des personnes riches

Base : (Population générale) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 1 202)

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.	60 %	25 %	10 %	5 %	7,6
L'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés.	45 %	36 %	13 %	6 %	6,9

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 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 ou un collège (8,1 par rapport à 7,4).
- Les personnes ayant un diplôme d'études secondaires (7,6) étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais ferme les yeux sur les contribuables riches et les sociétés par rapport à ceux qui ont fait des études universitaires (7,3 par rapport à 6,7).
- Les répondants ayant un revenu de ménage de 40 000 \$ à moins de 80,000 (8,0) étaient plus susceptibles d'être d'accord pour dire que les contribuables riches ont plus de facilité à commettre une fraude fiscale que ceux qui gagnent des revenus de 80 000 \$ à moins de 150 000 \$ (7,4) ou de 150 000 \$ ou plus (7,3).
- Les répondants dont l'indice de confiance était 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 dont l'indice de confiance était neutre (cotes de 4 à 7) [6,7] ou élevé (cotes moyennes de 8 à 10) [6,8].
- Les Canadiens qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant faible (cotes de 1 à 3) [7,5] 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) [6,8] ou bon (cotes moyennes de 8 à 10) [6,7].

- Les répondants qui n'étaient pas du tout d'accord avec le fait que l'Agence traite les contribuables de manière équitable étaient plus susceptibles de convenir que celle-ci s'en prend aux Canadiens de la classe moyenne, mais ferme les yeux sur la fraude des riches contribuables et des sociétés (8,1), par rapport à ceux qui étaient plutôt d'accord (6,9) ou tout à fait en désaccord (6,4).

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 ».

Plus de trois quarts des répondants (77 %) 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 de deux tiers des répondants étaient d'avis que le fait de ne pas inscrire son entreprise (69 %), de ne pas réclamer des biens ou des revenus étrangers (67 %) ou de recevoir un crédit pour dons de bienfaisance plus élevé que le montant donné (63 %) représentait une fraude grave. Le niveau d'accord était légèrement moins élevé pour les comportements d'évitement fiscal suivants : le fait de ne pas réclamer de l'argent tiré d'une location de chambre ou de maison par l'intermédiaire d'un site Web de location en ligne (57 %), de réaliser un profit en achetant ou de vendre de la cryptomonnaie sans le déclarer (56 %), et d'être payé en argent comptant pour éviter l'impôt sur le revenu (54 %), ou sous-déclaration du revenu en espèces (53 %).

Moins de répondants étaient fortement d'accord pour dire que le fait d'obtenir une « entente » sur les réparations de la maison ou de la voiture en payant en argent comptant représentait une fraude grave (34 %), obtenant la note d'accord moyenne la plus faible de 6,0.

Tableau 91. Perceptions de comportements d'évitement fiscal

Base : (Population générale) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 1 202)

Comportements d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations	77 %	15 %	6 %	2 %	8,5
Non-inscription d'une entreprise	69 %	20 %	7 %	4 %	8,1
Omission de déclarer des biens ou des revenus à l'étranger, y compris ceux qui sont mis à l'abri dans des paradis fiscaux	67 %	21 %	6 %	6 %	8,2
Obtention d'un crédit pour dons de bienfaisance plus élevé que le montant donné	63 %	26 %	7 %	4 %	7,8
Omission de déclarer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne	57 %	32 %	7 %	4 %	7,6
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	56 %	24 %	10 %	11 %	7,6
Travail et réception d'une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu	54 %	35 %	9 %	2 %	7,4
Sous-estimation du revenu reçu en argent comptant	53 %	35 %	9 %	3 %	7,4
Obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant	34 %	41 %	20 %	4 %	6,0

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?

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

- Les Canadiens vivant au Québec (6,7) étaient plus susceptibles d'être tout à fait d'accord que le fait d'obtenir une « aubaine » sur les réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant représentait un grave cas de fraude fiscale par rapport à ceux qui vivent au Canada atlantique (6,0), en Ontario (6,0), en Colombie-Britannique (5,5) ou en Alberta (5,1).
- 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 (8,2 pour les répondants âgés de 65 ans ou plus par rapport à 5,7 pour les répondants âgés de 18 à 24 ans)
- Obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant (6,8 par rapport à 4,6)
- Les personnes ayant fait des études universitaires étaient plus susceptibles d'évaluer les comportements suivants comme une fraude grave par rapport à celles qui avaient fait des études dans une école de métiers ou un collège :
 - Travailler et recevoir une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu (7,6 par rapport à 7,1)
 - Obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant (6,3 par rapport à 5,5)
- De plus, les répondants qui ont un diplôme d'études universitaires 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 :
 - Obtention d'un crédit pour dons de bienfaisance plus élevé que le montant donné (8,1 par rapport à 7,5)
 - Omission de déclarer les profits découlant de l'achat ou de la vente de cryptomonnaie (7,9 par rapport à 7,1)
 - Sous-estimation du revenu reçu en argent comptant (7,6 par rapport à 6,9)
- Les répondants dont la langue officielle principale était le français étaient plus susceptibles de considérer les comportements suivants comme une fraude fiscale grave que les anglophones :
 - Travailler et recevoir une rémunération en argent comptant pour éviter de payer de l'impôt sur le revenu (7,8 par rapport à 7,2)
 - Obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant (6,8 par rapport à 5,7)
- 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)

Valeur pour les impôts

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 répondants estimaient qu'elles payaient trop d'impôt (57 %). Plus d'un quart des entreprises estimaient qu'elles payaient beaucoup trop d'impôt (26 %) et 31 % des entreprises estimaient qu'elles payaient un peu trop d'impôt. Près d'un tiers d'entre eux (32 %) estimaient qu'elles payaient juste assez d'impôt et 6 % estimaient qu'elles payaient trop peu d'impôt.

Tableau 92. 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= 403)

Impôt et services reçus	Total (n= 403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 263)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 137)	Entreprise à propriétaire unique (n= 292)	Société de personnes (n= 49)	Entreprise constituée en société (n= 48)
Beaucoup trop	26 %	27 %	23 %	24 %	22 %	33 %
Un peu trop	31 %	33 %	26 %	30 %	37 %	33 %
Juste assez	32 %	32 %	34 %	35 %	31 %	21 %
Trop peu	6 %	4 %	9 %	6 %	6 %	8 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	5 %	5 %	7 %	6 %	4 %	4 %

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 ayant un revenu annuel moyen (de 4 M\$ à moins de 250 M\$) étaient plus susceptibles d'avoir eu l'impression que les entreprises payaient beaucoup trop cher par rapport à celles ayant un revenu plus faible (34 % par rapport à 22 %).
- Les entreprises exerçant des activités dans le secteur du commerce de détail étaient plus susceptibles d'indiquer que les entreprises payaient un peu trop cher par rapport à celles qui travaillent dans d'autres industries (47 % par rapport à 29 %).

- 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) [16 %] ou élevé (cotes de 8 à 10) [26 %].
- Les entreprises qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant faible (cotes de 1 à 3) [63 %] 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) [17 %] ou bon (cotes de 8 à 10) [24 %].
- Les entreprises qui trouvaient que l'Agence faisait trop d'efforts pour réduire la fraude fiscale étaient plus susceptibles d'estimer qu'elles payaient beaucoup trop d'impôt que celles qui trouvaient que l'Agence faisait juste assez d'efforts (34 % par rapport à 13 %).

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 ». Près de la moitié des PME (49 %) estimaient que la fraude fiscale par les entreprises était courante (cotes de 8 à 10), tandis que 34 % des PME estimaient qu'elle était modérément courante (cotes de 4 à 7). Moins de répondants (9 %) considèrent que la fraude fiscale par les entreprises n'était pas courante au Canada (cotes de 1 à 3). Cela a donné lieu à une cote de fraude fiscale par les entreprises moyenne de 7,2.

Tableau 93. Degré perçu de fraude fiscale par les entreprises au Canada

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 403)

Mesure dans laquelle la fraude fiscale est courante	Total (n= 403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 263)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 137)	Entreprise à propriétaire unique (n= 292)	Société de personnes (n= 49)	Entreprise constituée en société (n= 48)
8 – 10	49 %	56 %	36 %	50 %	69 %	23 %
4 – 7	34 %	28 %	44 %	30 %	27 %	63 %
1 – 3	9 %	9 %	9 %	11 %	2 %	24 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	8 %	6 %	12 %	9 %	2 %	10 %
Moyenne	7,2	7,4	6,8	7,2	7,7	6,6

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 (8,0 par rapport à 6,7).
- 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 (7,4 par rapport à 6,8).
- Les sociétés de personnes étaient plus susceptibles que les entreprises constituées en société d'indiquer que la fraude fiscale des entreprises était courante (7,7 par rapport à 6,6).
- Les hommes étaient plus susceptibles de décrire la fraude fiscale des entreprises comme étant courante que les femmes (7,5 par rapport à 6,9).
- Les entreprises qui trouvaient que l'Agence ne faisait pas assez d'efforts pour réduire la fraude fiscale par les entreprises (8,0) 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 (7,1) ou trop d'efforts (6,8).

La plupart des PME (43 %) 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 (28 %) ou faisait trop d'efforts (13 %) pour réduire la fraude fiscale par les entreprises. Les 16 % restants des entreprises n'étaient pas certaines ou ont refusé de répondre.

Tableau 94. 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= 403)

Efforts déployés pour réduire la fraude fiscale	Total (n= 403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 263)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 137)	Entreprise à propriétaire unique (n= 292)	Société de personnes (n= 49)	Entreprise constituée en société (n= 48)
Pas assez d'efforts	28 %	24 %	35 %	29 %	37 %	17 %
Juste assez d'efforts	43 %	49 %	31 %	44 %	47 %	31 %
Trop d'efforts	13 %	15 %	9 %	12 %	12 %	13 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	16 %	11 %	26 %	14 %	4 %	40 %

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 au Québec (45 %) étaient plus susceptibles de penser que l'Agence n'en faisait pas assez pour réduire la fraude fiscale par les entreprises que celles exploitées en Ontario (29 %), en Colombie-Britannique (16 %) ou en Alberta (14 %).
- Les répondants de 25 à 34 ans (14 %), de 35 à 49 ans (15 %) ou de 50 à 64 ans (11 %) étaient plus susceptibles de décrire les efforts de l'Agence comme étant trop nombreux par rapport à ceux de 65 ans ou plus (0 %).
- 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 (58 % par rapport à 31 %).
- 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 (49 % par rapport à 31 %).
- Les sociétés de personnes étaient plus susceptibles de décrire les efforts de l'Agence comme étant trop faibles par rapport aux entreprises constituées en société (37 % par rapport à 17 %).
- Les entreprises exerçant leurs activités dans le secteur du commerce de détail étaient plus susceptibles d'estimer que l'Agence faisait juste assez d'efforts que celles exerçant leurs activités dans d'autres industries (58 % par rapport à 41 %).
- Les entreprises ayant un revenu annuel moyen (de 4 M\$ à moins de 250 M\$) étaient presque deux fois plus susceptibles d'avoir estimé que l'Agence fournissait la bonne quantité d'efforts par rapport à celles dont le revenu était moins élevé (60 % par rapport à 35 %).
- Les entreprises dont l'indice de confiance était élevé (cotes de 8 à 10) étaient sept 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) [55 % par rapport à 8 %].
- Les entreprises qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [57 %] 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) [33 %] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [10 %]. Inversement, les entreprises qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant neutre (23 %) ou médiocre (39 %) étaient plus susceptibles d'indiquer qu'elle ne savait pas que celles qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (4 %).

- 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) [58 %] 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) [43 %] ou en désaccord (cotes de 1 à 3) [6 %].

On a demandé aux PME canadiennes d'évaluer la probabilité que les fraudeurs fiscaux d'entreprise 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 ». La moitié des entreprises ont attribué une cote de probabilité élevée (cotes de 8 à 10) [50 %], tandis que le tiers des entreprises ont attribué une cote modérée (cotes de 4 à 7) [33 %]. 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. Cela a donné lieu à une cote de probabilité moyenne de 7,1 parmi les PME.

Tableau 95. 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= 403)

Probabilité que les fraudeurs fiscaux se font prendre	Total (n= 403)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 263)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 137)	Entreprise à propriétaire unique (n= 292)	Société de personnes (n= 49)	Entreprise constituée en société (n= 48)
8 – 10	50 %	63 %	28 %	52 %	59 %	25 %
4 – 7	33 %	26 %	45 %	29 %	29 %	56 %
1 – 3	10 %	6 %	15 %	10 %	12 %	8 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	7 %	5 %	12 %	9 %	-	10 %
Moyenne	7,1	7,6	6,0	7,2	7,1	6,2

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 (5,9) ou de 65 ans ou plus (5,3).
- 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 (8,2 par rapport à 6,2).
- 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 (7,6 par rapport à 6,0).
- Les propriétaires uniques ont fourni des cotes de probabilité moyennes plus élevées que les entreprises constituées en société (7,2 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 (7,5 par rapport à 6,6).
- 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) [6,3] ou faible (cotes de 1 à 3) [5,0].
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,1] 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) [6,0] ou faible (cotes de 1 à 3) [5,3].
- Les entreprises qui trouvaient que l'Agence ne faisait pas assez d'efforts pour réduire la fraude fiscale par les entreprises (6,1) 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 (7,9) ou trop d'efforts (7,1).

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, 42 % ont indiqué d'être susceptibles de la dénoncer (cotes de 8 à 10). Lorsque les répondants étaient *certaines* que l'entreprise pratiquait la fraude fiscale, le pourcentage passait à 56 %.

Tableau 96. 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= 403)

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	56 %	21 %	16 %	7 %	7,1
Soupçon que l'entreprise pratique la fraude fiscale	42 %	26 %	22 %	10 %	6,2

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 de 25 à 34 ans (6,9) ou de 35 à 49 ans (7,0) étaient plus susceptibles de signaler les fraudeurs fiscaux soupçonnés que ceux âgés de 55 à 64 ans (4,2).
- Les entreprises en activité depuis au plus 10 ans étaient plus susceptibles de signaler les fraudeurs présumés que celles en activité depuis plus longtemps (6,7 par rapport à 5,3). Elles étaient également plus susceptibles de signaler les fraudeurs fiscaux si la fraude était connue avec certitude (7,4 par rapport à 6,6).
- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles de signaler les fraudeurs fiscaux soupçonnés que les entreprises comptant moins d'employés (7,5 par rapport à 5,1). Ils étaient également plus susceptibles de dire qu'ils le feraient s'ils étaient certains (7,8 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) [7,3 si la fraude est soupçonnée et 7,7 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) [5,4 et 6,7] ou faible (cotes de 1 à 3) [4,0 et 5,5].
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [7,6 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) [4,9 et 6,3] ou faible (cotes de 1 à 3) [4,0 et 5,3].

- 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 (6,6 par rapport à 5,6). 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, 49 % 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 (45 %) 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 97. Perception d'attraper les fraudeurs fiscaux

Base : (PME) Tous les répondants (n= 803)/échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 403)

Énoncés « attraper les fraudeurs fiscaux »	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux. (B-3m)	49 %	28 %	14 %	8 %	6,9
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)	45 %	27 %	17 %	10 %	6,6

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. /**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 Ontario (7,2) ou en Colombie-Britannique (7,1) 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), au Manitoba ou en Saskatchewan (6,1).
- Les entreprises exploitées au Québec (7,5) ou en Ontario (6,8) 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 Colombie-Britannique (5,9).

- 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 (8,2 par rapport à 5,8). 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 par rapport à celles qui ont moins d'employés (7,6 par rapport à 5,8).
- 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 (7,7 par rapport à 5,4).
- Les entreprises constituées en société étaient les moins susceptibles d'être d'accord que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale (4,8) et que celle-ci n'aura jamais connaissance du revenu reçu en espèces s'il n'est pas déclaré dans une déclaration de revenus (4,5). L'entente moyenne a augmenté à 7,2 et 6,7 pour chaque énoncé entre les propriétaires uniques.
- Les entreprises exerçant leurs activités dans le secteur du commerce de détail étaient plus susceptibles de convenir que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale par rapport à celles qui exercent leurs activités dans d'autres industries (7,7 par rapport à 6,8).
- 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) [8,5] 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) [5,9] ou faible (cotes de 1 à 3) [3,1].
- 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 (7,4) que ceux dont l'indice de confiance était neutre (5,7) ou faible (5,9).
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [8,4] 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) [5,5] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [3,6]. Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (7,3) 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 les formulaires d'impôt des entreprises que ceux qui ont évalué le rendement comme étant neutre (5,8) ou médiocre (5,5).

- 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 (7,2 par rapport à 6,6).
- Les entreprises qui estimaient que l'Agence faisait juste assez d'efforts pour réduire la fraude fiscale par les entreprises (8,0) ou trop d'efforts (7,6) étaient plus susceptibles d'être d'accord avec l'énoncé selon lequel l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux, par rapport à celles qui estimaient que l'Agence n'en faisait pas assez (5,6).

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 des deux tiers des entreprises (71 %) étaient fortement d'accord (cotes de 8 à 10) pour dire que la fraude fiscale des entreprises réduit l'argent disponible pour les services essentiels et 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 les perçoivent (68 %).

Un peu moins d'entreprises (61 %) estiment qu'il est acceptable pour l'Agence d'utiliser des renseignements accessibles au public (comme les médias sociaux) pour repérer les entreprises qui commettent une fraude fiscale, que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale (56 %) et que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales devant les tribunaux (51 %).

Le fort accord a baissé à 33 % lorsqu'il s'agit de croire qu'il est acceptable pour les entreprises de ne pas déclarer les revenus reçus en espèces.

Tableau 98. Perceptions de la fraude fiscale

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 403)

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.	71 %	22 %	4 %	3 %	8,2
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.	68 %	22 %	4 %	6 %	8,2
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.	61 %	24 %	8 %	7 %	7,7
Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future.	56 %	26 %	11 %	7 %	7,3
L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales.	51 %	25 %	16 %	8 %	7,0
Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant.	33 %	18 %	45 %	3 %	4,8

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 (8,0), en Colombie-Britannique (8,0) ou en Ontario (7,7) étaient plus susceptibles de convenir qu'il est acceptable pour l'Agence d'utiliser des renseignements accessibles au public, comme les médias sociaux, pour aider à repérer les entreprises qui ne paient pas leur juste part d'impôt, par rapport à celles de l'Alberta (6,7).

- Ceux qui exercent leurs activités en Ontario étaient plus susceptibles de convenir qu'il est acceptable pour les entreprises de ne pas déclarer les revenus reçus en espèces par rapport à ceux du Québec (4,6) ou de la Colombie-Britannique (3,9).
- Les répondants âgés de 65 ans ou plus (8,9) étaient plus susceptibles d'être d'accord que lorsque les entreprises trompent leurs impôts sur le revenu, cela réduit les fonds disponibles pour les services essentiels par rapport à ceux de 25 à 34 ans (8,0) ou de 35 à 49 ans (8,2).
- Les répondants âgés de 25 à 34 ans ou de 35 à 49 ans étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les énoncés suivants que ceux âgés de 50 à 64 ans ou de 65 ans ou plus :
 - Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (7,6; 7,7 par rapport à 6,3; 6,4).
 - Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant (6,6; 5,7 par rapport à 2,4; 2,2).
- Les hommes étaient plus susceptibles que les femmes d'être d'accord avec les énoncés suivants :
 - 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 (7,9 par rapport à 7,4).
 - L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (7,3 par rapport à 6,5).
- 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 (8,3 par rapport à 7,2).
 - Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (8,1 par rapport à 6,6).
 - L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (8,2 par rapport à 6,0).
 - Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant (6,6 par rapport à 3,5).
- 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 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 pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (7,7 par rapport à 6,5).
 - L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales (7,3 par rapport à 6,2).
 - Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant (5,5 par rapport à 3,4).
- Les entreprises qui estimaient que l'Agence en faisait trop (6,8) 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 les efforts nécessaires (5,2) ou trop peu d'efforts (4,5).
- Ceux qui estimaient que l'Agence en faisait trop peu pour attraper les fraudeurs fiscaux des entreprises étaient plus susceptibles d'être d'accord qu'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 ceux qui estimaient que l'Agence en faisait trop (8,1 par rapport à 7,1).
- Les entreprises qui estimaient que l'Agence en faisait trop peu pour attraper les fraudeurs fiscaux étaient également plus susceptibles d'être d'accord avec les énoncés suivants, comparativement à celles qui estimaient que l'Agence consacrait suffisamment d'efforts ou 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 (8,6 par rapport à 8,0; 7,6).
 - Lorsque des entreprises trichent dans leurs déclarations de revenus, cela réduit les fonds disponibles pour les services essentiels (8,7 par rapport à 8,2; 7,7).
- Ceux qui estimaient que l'Agence en faisait trop (7,5) ou le bon montant (7,9) pour attraper les fraudeurs fiscaux des entreprises étaient plus susceptibles de convenir que

les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future par rapport à ceux qui estimaient que l'Agence en faisait trop peu (6,4).

Gravité de l'évitement fiscal et de la fraude

La plupart des PME croyaient que le fait de produire de fausses demandes pour les programmes de prestations fiscales (80 %), de payer des employés en argent comptant pour éviter les impôts sur la paie (74 %) et de ne pas réclamer des biens ou des revenus étrangers (73 %) représentait une fraude grave (cotes de 8 à 10). Environ les deux tiers des répondants ont estimé que les comportements suivants représentaient un grave cas de fraude fiscale : sous-déclaration du revenu en espèces (70 %), réception d'un crédit pour don de bienfaisance qui était plus élevé que le don (70 %), demande de dépenses en trop (67 %), ne pas demander de l'argent de la chambre ou la location de maisons en utilisant des sites Web en ligne (67 %), ou en réalisant un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans la déclarer (65 %).

Les comportements d'évitement fiscal suivants étaient moins susceptibles d'être considérés comme graves : ne pas inscrire son entreprise (57 %) ou ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les médias sociaux (50 %).

La gravité moyenne de la plupart des mesures était élevée (allant de 8,0 à 8,6), à l'exception du fait de 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 (7,9), de ne pas inscrire son entreprise (7,6) ou de ne pas réclamer de cadeaux reçus par les influenceurs sur les médias sociaux (7,0).

Tableau 99. Perceptions de comportements d'évitement fiscal

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 403)

Comportements d'évitement fiscal	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
Production de fausses déclarations pour les programmes de prestations	80 %	16 %	3 %	1 %	8,6
Payer des employés en argent comptant pour éviter les impôts sur les salaires	74 %	20 %	4 %	2 %	8,3
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 %	17 %	4 %	5 %	8,4
Sous-estimation du revenu gagné en argent comptant	70 %	25 %	4 %	1 %	8,1
Obtention d'un crédit d'impôt pour don de bienfaisance plus élevé que le don en question	70 %	22 %	5 %	3 %	8,1
Dépenses réclamées en trop	67 %	27 %	4 %	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	67 %	27 %	4 %	2 %	7,9
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 %	20 %	6 %	9 %	8,0
Non-enregistrement d'une entreprise	57 %	28 %	9 %	7 %	7,6
Ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux	50 %	30 %	12 %	8 %	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 (7,5 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 des programmes de prestations (9,0 par rapport à 8,2)
 - 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 8,0)
 - Payer les employés en argent comptant pour éviter les impôts sur la paie (8,5 par rapport à 8,0).
 - Obtention d'un crédit pour dons de bienfaisance plus élevé que le montant donné (8,3 par rapport à 7,8)
- 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 :
 - Production de fausses déclarations pour des programmes de prestations (9,0 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 8,2)
- 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 :
 - Sous-estimation du revenu reçu en argent comptant (8,6 par rapport à 7,8; 7,4).
 - Production de fausses déclarations pour des programmes de prestations (9,0 par rapport à 8,2; 8,3).
 - Omission de biens ou de revenus étrangers dans la déclaration, y compris ceux de paradis fiscaux (9,0 par rapport à 7,9; 7,8).
 - Ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie, c'est-à-dire une monnaie numérique comme le bitcoin (8,6 par rapport à 7,7; 7,3).
 - Obtention d'un crédit pour dons de bienfaisance plus élevé que le montant donné (8,4 par rapport à 7,9; 7,5).

- Omission de déclarer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne (8,4 par rapport à 7,5; 7,6).
- Payer les employés en argent comptant pour éviter les impôts sur la paie (8,7 par rapport à 8,0; 7,7).

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, 39 % 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, 22 % 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= 25) 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 90 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 100. 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= 148)¹²

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= 148)	39 %	38 %	17 %	7 %	6,4
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 10 000 \$ à titre d'impôt (n= 50)	22 %	44 %	32 %	2 %	5,2
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 50 000 \$ à titre d'impôt (n= 25)	8 %	44 %	44 %	4 %	3,8

¹² Attention : échantillon de petite taille

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 ». Près des trois quarts des répondants (74 %) 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 (68 %) 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 101. Importance des efforts de recouvrement en cas d'évitement fiscal

Base : (PME) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 403)

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	74 %	21 %	2 %	3 %	8,5
Recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens travaillent clandestinement pour de l'argent	68 %	24 %	4 %	4 %	8,1

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 les efforts de recouvrement en cas d'évitement fiscal comprennent les suivantes :

- Les entreprises du Québec (8,5) ou de la Colombie-Britannique (8,3) étaient plus susceptibles d'accorder de l'importance au recouvrement des impôts impayés par l'Agence lorsque les gens travaillent au noir pour de l'argent comptant par rapport à celles de l'Alberta (7,2).
- Ceux qui exercent leurs activités au Québec étaient plus susceptibles d'accorder de l'importance au recouvrement des impôts impayés par l'Agence lorsque les gens ne déclarent pas de revenus ou de biens étrangers imposables par rapport à ceux de l'Alberta (8,7 par rapport à 8,0).
- Les répondants âgés de 65 ans et plus 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 (8,7) et lorsque les gens omettent de déclarer des biens ou des revenus étrangers imposables (9,1).

- Les entreprises comptant de 5 à 99 employés étaient plus susceptibles d'accorder de l'importance aux deux types d'efforts de recouvrement que celles qui comptent moins d'employés :
 - Recouvrer des impôts impayés lorsque les gens ne déclarent pas de revenus ou de biens étrangers imposables (8,8 par rapport à 8,3).
 - Recouvrer les impôts impayés lorsque les gens travaillent au noir pour de l'argent comptant (8,7 par rapport à 7,6).
- Ceux qui estiment que l'Agence n'en fait pas assez pour réduire la fraude fiscale des entreprises (8,5) ou qu'elle ne déploie pas la bonne quantité d'efforts (8,1) accordent une plus grande importance au recouvrement des impôts impayés lorsque les gens travaillent au noir pour de l'argent comptant, par rapport à ceux qui estiment que l'Agence investit trop (7,4).
- Ceux qui estiment que l'Agence n'en fait pas assez pour réduire la fraude fiscale des entreprises (8,9) sont également plus susceptibles d'accorder une plus grande importance au recouvrement des impôts impayés lorsque les gens ne déclarent pas de revenus ou de biens étrangers imposables par rapport à ceux qui estiment que l'Agence déploie des efforts suffisants (8,4) ou trop importants (7,9).

Intermédiaires fiscaux

Valeur pour les impôts

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 que plus du tiers de ceux-ci croyaient qu'ils paient le bon montant (35 %), une plus grande proportion estimait que le niveau d'impôt payé est trop élevé (51 %). Parmi ce dernier groupe, 19 % estimaient qu'ils en paient beaucoup trop et 32 % estimaient qu'ils en paient un peu trop. Moins d'entreprises (9 %) estiment que les entreprises canadiennes paient trop peu.

Tableau 102. 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= 400)

Impôt et services reçus	Total (n= 400)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 247)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 141)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 257)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 112)
Beaucoup trop	19 %	17 %	22 %	23 %	13 %
Un peu trop	32 %	33 %	31 %	34 %	25 %
Juste assez	35 %	36 %	32 %	29 %	47 %
Trop peu	9 %	9 %	11 %	11 %	7 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	5 %	4 %	4 %	3 %	8 %

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 en Colombie-Britannique (30 %) étaient plus susceptibles de croire que les entreprises ont payé beaucoup trop cher que celles de l'Ontario (16 %) ou du Québec (15 %).

Les personnes qui ont communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois étaient plus susceptibles de préférer la communication par courriel que celles qui n'avaient pas eu de communication avec l'Agence (23 % par rapport à 13 %).

De plus, les intermédiaires fiscaux qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant faible (cotes de 1 à 3) [53 %] 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) [13 %] ou bon (cotes de 8 à 10) [13 %].

Attraper les fraudeurs fiscaux

On a demandé aux intermédiaires fiscaux canadiens d'évaluer la fréquence de la fraude fiscale des entreprises au Canada sur une échelle de 1 à 10, 1 étant pas du tout courant et 10 étant très courant. 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 plus de la moitié (52 %) sont d'avis qu'elle est modérément courante (cotes de 4 à 7). Beaucoup moins de

répondants (11 %) 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 103. Degré perçu de fraude fiscale par les entreprises au Canada

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 400)

Mesure dans laquelle la fraude fiscale est courante	Total (n= 400)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 247)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 141)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 257)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 112)
8 – 10	34 %	35 %	32 %	39 %	30 %
4 – 7	52 %	51 %	55 %	49 %	54 %
1 – 3	11 %	12 %	8 %	10 %	13 %
Je ne sais pas/ Je refuse de répondre	3 %	2 %	5 %	2 %	3 %
Moyenne	6,5	6,5	6,6	6,7	6,3

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?

Près de la moitié des intermédiaires fiscaux (49 %) estiment que l'Agence déploie des efforts nécessaires pour réduire la fraude fiscale par les entreprises. Plus d'un quart d'entre eux estiment que l'Agence fait trop peu d'efforts (29 %), tandis que moins de ceux-ci (10 %) ont indiqué que trop d'efforts sont investis. Les 13 % restants des entreprises n'étaient pas certaines ou ont refusé de répondre.

Tableau 104. 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= 400)

Efforts déployés pour réduire la fraude fiscale	Total (n= 400)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 247)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 141)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 257)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 112)
Pas assez d'efforts	29 %	23 %	38 %	30 %	25 %
Juste assez d'efforts	49 %	55 %	37 %	47 %	55 %
Trop d'efforts	10 %	12 %	7 %	12 %	4 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	13 %	11 %	18 %	11 %	15 %

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 plus de 10 ans étaient plus susceptibles de croire que l'Agence a déployé trop peu d'efforts par rapport à ceux qui exercent des activités depuis 10 ans ou moins (38 % par rapport à 23 %).
- Ceux qui avaient communiqué avec l'Agence au cours des 12 derniers mois étaient plus susceptibles de croire que l'Agence déploie trop d'efforts par rapport à ceux qui n'avaient pas communiqué avec l'Agence (12 % par rapport à 4 %).
- Les personnes exerçant leurs activités en Ontario (56 %) étaient plus susceptibles de croire que l'Agence déployait les efforts nécessaires par rapport à celles qui exercent leurs activités au Québec (42 %) ou en Alberta (37 %).

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 tiers des répondants (35 %) estiment que la probabilité est élevée (cotes de 8 à 10), tandis que 45 % estiment qu'elle est modérée et 17 % considèrent que la probabilité est faible (cotes de 1 à 3). Cela donne lieu à une cote de probabilité moyenne de 6,2.

Tableau 105. 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= 400)

Probabilité que les fraudeurs fiscaux se font prendre	Total (n= 400)	En activité depuis 10 ans ou moins (n= 247)	En activité depuis plus de 10 ans (n= 141)	Communication au cours des 12 derniers mois (n= 257)	Aucune communication au cours des 12 derniers mois (n= 112)
8 – 10	35 %	38 %	30 %	39 %	30 %
4 – 7	45 %	44 %	47 %	45 %	45 %
1 – 3	17 %	16 %	18 %	15 %	19 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	3 %	2 %	5 %	1 %	6 %
Moyenne	6,2	6,3	6,0	6,5	5,9

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?

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

- Les intermédiaires fiscaux exerçant des activités en Colombie-Britannique (7,0) étaient plus susceptibles de croire que les entreprises qui trichent se feront prendre par rapport à celles qui exercent leurs activités en Ontario (6,2), au Québec (5,8) ou en Alberta (5,7).
- Les répondants qui ont évalué le rendement global de l'Agence comme étant bon (cotes de 8 à 10) [7,0] 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) [4,6].

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, 38 % 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 48 %.

Tableau 106. 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= 400)

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	48 %	31 %	16 %	6 %	6,9
Soupçon que l'entreprise pratique la fraude fiscale	38 %	37 %	19 %	7 %	6,2

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) [7,0] étaient plus susceptibles de signaler les cas soupçonnés de fraude fiscale, comparativement à ceux qui ont indiqué que le rendement global était neutre (cotes de 4 à 7) [6,2] ou médiocre (cotes de 1 à 3) [4,4].
- Les personnes qui exercent leurs activités en Colombie-Britannique (6,7 si elles sont soupçonnées et 7,6 si elles sont connues) étaient plus susceptibles de signaler des fraudeurs fiscaux que celles du Québec (5,7 et 6,0).
- De plus, ceux qui ont interagi avec l'Agence récemment (6,5 si la fraude est soupçonnée et 7,2 si elle est connue avec certitude) étaient plus susceptibles de signaler des tricheurs que ceux qui n'ont pas eu de communication récente avec l'Agence (5,6 et 6,1).

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 de deux intermédiaires fiscaux sur cinq (44 %) étaient tout à fait d'accord pour dire que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale. Cela dit, 34 % 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 107. Perception d'attraper les fraudeurs fiscaux

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n= 803)/échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 400)

Énoncés « attraper les fraudeurs fiscaux »	8 – 10	4 – 7	1 – 3	NSP/RR	Moyenne
L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux. (B-3m)	44 %	35 %	16 %	4 %	6,5
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)	34 %	44 %	19 %	4 %	6,0

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 (6,9), de l'Ontario (6,8) ou du Québec (6,5) étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence attrape ceux qui commettent de la fraude fiscale par rapport à ceux du Manitoba ou de la Saskatchewan (5,5).
- Les intermédiaires fiscaux exerçant des activités au Québec 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 Alberta (6,6 par rapport à 5,1).
- Les répondants dont la langue officielle principale était le français étaient plus susceptibles de croire que l'Agence ne serait jamais au courant d'un revenu reçu en argent comptant qui n'est pas déclaré sur les formulaires d'impôt des entreprises par rapport aux anglophones (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) [8,3] 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) [6,0] ou faible (cotes de 1 à 3) [4,9].
- Les personnes inscrites au service Représenter un client étaient plus susceptibles d'être d'accord que l'Agence attrape les fraudeurs fiscaux (6,8 par rapport à 6,2 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 (6,9 par rapport à 5,9 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 ».

Au moins la moitié des intermédiaires fiscaux interrogés étaient tout à fait 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 51 % 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 50 % 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.

Un peu moins d'intermédiaires fiscaux étaient fortement d'accord pour dire que les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale (47 %) et que l'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables d'infractions fiscales devant les tribunaux (43 %). 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 (22 %) – avec près de la moitié des intermédiaires fiscaux qui étaient plutôt entièrement en désaccord avec ce type d'activité (48 %).

Tableau 108. Perceptions de la fraude fiscale

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 400)

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 %	30 %	8 %	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.	51 %	40 %	7 %	3 %	7,3
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.	50 %	38 %	9 %	3 %	7,1
Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future.	47 %	39 %	11 %	3 %	6,8
L'Agence devrait publier une liste des personnes reconnues coupables par les tribunaux d'infractions fiscales.	43 %	38 %	16 %	3 %	6,6
Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant.	22 %	29 %	48 %	1 %	4,3

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 10 ans ou moins étaient plus susceptibles d'être d'accord avec les mesures suivantes que celles en activité depuis plus de 10 ans :
 - Il est acceptable pour une entreprise de ne pas déclarer un revenu reçu en argent comptant (4,9 par rapport à 3,5).
 - Les pénalités sont efficaces pour décourager la fraude fiscale future (7,1 par rapport à 6,4).
- 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 tous les énoncés que ceux qui ont une cote de l'indice de confiance élevée (cotes de 8 à 10).

- 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 tous les énoncés par rapport à ceux qui ont indiqué des cotes de rendement globales élevées (cotes de 8 à 10).

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 étant de graves cas de fraude comprennent la production de fausses déclarations pour les programmes de prestations fiscales (70 %), la non-réclamation de biens ou de revenus étrangers (59 %), le paiement en espèces pour éviter l'impôt sur le revenu (59 %) et la sous-déclaration du revenu en espèces (57 %). Plus de la moitié des répondants considéraient que les activités suivantes constituent de graves cas de fraude (cotes de 8 à 10) : ne pas réclamer de l'argent provenant de la location de chambres ou de maisons à l'aide de sites Web en ligne (54 %), ne pas enregistrer son entreprise (53 %) et réaliser un profit en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie sans le déclarer (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 (49 %), ainsi que le fait de ne pas déclarer les cadeaux reçus par des influenceurs sur les plateformes de médias sociaux (46 %) étaient des formes graves de fraude fiscale. La gravité diminue lorsqu'il s'agit d'obtenir une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant (39 %), même si une proportion considérable est d'avis qu'il s'agit d'une forme grave de fraude fiscale.

Tableau 109. 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	70 %	25 %	4 %	1 %	8,1
Omission de déclarer des biens ou des revenus à l'étranger, y compris ceux qui sont mis à l'abri dans des paradis fiscaux	59 %	33 %	6 %	3 %	7,6

Sous-estimation du revenu reçu en argent comptant	59 %	33 %	6 %	2 %	7,5
Dépenses déclarées en trop	57 %	36 %	6 %	2 %	7,5
Omission de déclarer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne	54 %	41 %	4 %	1 %	7,5
Non-inscription d'une entreprise	54 %	38 %	6 %	3 %	7,4
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	53 %	37 %	7 %	3 %	7,4
Promouvoir un programme de dons de bienfaisance alors que les crédits d'impôt dépassent le montant donné	51 %	34 %	10 %	6 %	7,3
Ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux	49 %	40 %	6 %	6 %	7,4
Obtention d'une « aubaine » sur des réparations (maison ou automobile) en échange d'argent comptant	46 %	34 %	14 %	6 %	6,7
Sous-estimation du revenu reçu en argent comptant	39 %	44 %	14 %	3 %	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 exerçant des activités depuis plus de 10 ans étaient plus susceptibles de considérer la production de fausses demandes pour les programmes de prestations fiscales comme un évitement fiscal grave par rapport à ceux qui exercent leurs activités depuis 10 ans ou moins (8,5 par rapport à 7,9).
- Les personnes exerçant leurs activités en Ontario étaient plus susceptibles de considérer les comportements suivants comme graves que celles du Québec :
 - Sous-estimation du revenu reçu en argent comptant (7,6 par rapport à 7,0).
 - Dépenses déclarées en trop (7,7 par rapport à 6,8).
 - Omission de déclarer des biens ou des revenus à l'étranger, y compris ceux qui sont mis à l'abri dans des paradis fiscaux (7,9 par rapport à 7,1).
 - Promouvoir un programme de dons de bienfaisance alors que les crédits d'impôt dépassent le montant donné (7,7 par rapport à 6,9).
 - Ne pas réclamer les revenus provenant de la location d'une chambre ou d'une maison sur un site Web de location en ligne (7,6 par rapport à 6,8).

- Ne pas déclarer les profits obtenus en achetant ou en vendant de la cryptomonnaie, c'est-à-dire une monnaie numérique comme le bitcoin (7,5 par rapport à 6,8).
- Ne pas réclamer les cadeaux reçus par les influenceurs sur les plateformes de réseaux sociaux (7,1 par rapport à 6,2).

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, 31 % des répondants estimaient que cela représentait un grave cas de fraude fiscale (cotes de 8 à 10), tandis que 33 % 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, 14 % ont estimé que l'action était une fraude grave, tandis que 63 % ont fourni des cotes de 5 ou moins.

On a ensuite demandé à ces répondants (n= 49) d'évaluer la gravité d'éviter de payer 50 000 \$ à titre d'impôt. Dans un tel cas, 6 % des répondants estiment qu'il s'agit d'un grave cas de fraude, et 67 % des répondants ont attribué une cote de 5 ou moins.

Tableau 110. 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= 240)

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= 240)	31 %	50 %	15 %	4 %	6,3
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 10 000 \$ à titre d'impôt (n= 78)	14 %	64 %	22 %	-	5,0
L'entreprise est en mesure d'éviter de payer 50 000 \$ à titre d'impôt (n= 49)	6 %	69 %	24 %	-	4,7

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 (66 %) 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. Plus de la moitié des répondants (53 %) 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 111. Importance des efforts de recouvrement en cas d'évitement fiscal

Base : (Intermédiaires fiscaux) Échantillon fractionné : module d'observation fiscale, tous les répondants (n= 400)

Efforts de recouvrement de l'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	66 %	28 %	5 %	3 %	7,9
Recouvrer l'impôt impayé lorsque les gens travaillent clandestinement pour de l'argent	53 %	37 %	8 %	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 exerçant des activités en Colombie-Britannique ou en Ontario étaient plus susceptibles de fournir des cotes d'importance moyennes plus élevées en ce qui concerne le recouvrement des impôts impayés par l'Agence dans les deux scénarios par rapport à ceux de l'Alberta :
 - Lorsque les gens ne déclarent pas de revenus ou de biens étrangers imposables (8,3; 8,0 par rapport à 7,1).
 - Lorsque les gens travaillent au noir pour de l'argent comptant (7,9; 7,3 par rapport à 6,4).
- 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 de rendement réelles données par la population respective pour chaque attribut, 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 modèle de régression était modéré ($r^2 = 0,55$), ce qui explique plus de la moitié du résultat 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 112. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi la population générale – facteurs de confiance

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,55$	Cote (de 8 à 10 en %)
26 %	Les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail.	43 %
25 %	L'Agence est serviable	36 %
21 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable.	36 %
15 %	Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste.	37 %
10 %	L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens	40 %
5 %	J'estime que les employés de l'Agence sont dignes de confiance	48 %
4 %	Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde paie sa juste part d'impôt.	29 %
-<1 %	L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus.	43 %
-<1 %	J'ai confiance que l'Agence traitera mes renseignements personnels de manière appropriée.	54 %
-<1 %	Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde reçoit les prestations et les crédits d'impôt auxquels ils ont droit.	38 %
-2 %	L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération.	41 %
-4 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	24 %

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 attributs qui expliquent la plupart des écarts expliqués (capacité, serviabilité, traitement équitable, confiance et avantages pour les Canadiens), c'est-à-dire qu'ils ont le plus d'incidence sur les cotes du rendement global 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, 54 % 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 ayant un personnel digne de confiance. Toutefois, l'importance de ces attributs 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.

Modèle de service

Le deuxième 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 ($r^2 = 0,28$), ce qui explique moins du 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 113. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi les PME – facteurs de confiance

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,28$	Cote (de 8 à 10 en %)
45 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	68 %
31 %	Le service offert par l'Agence était facile d'accès.	49 %
21 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	59 %
12 %	Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun.	52 %
9 %	Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	65 %
2 %	Le représentant de l'Agence était professionnel.	76 %
-5 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	64 %
-15 %	Le représentant de l'Agence était poli.	73 %

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 attributs qui représentaient la majeure partie de l'écart expliqué : la réception de renseignements exacts et la facilité d'accès au service de l'Agence. 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 (76 %) et la courtoisie du représentant (73 %) ont obtenu une cote élevée, et aucune des deux affirmations n'a reçu une cote d'importance significative. Ce modèle indique que l'exactitude des renseignements et la capacité d'accéder facilement aux services de l'Agence étaient de la plus grande importance lorsqu'on tentait 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 ($r^2 = 0,77$), ce qui explique plus des trois quarts des résultats des cotes de rendement globales.

Tableau 114. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi les PME – facteurs de service

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,77$	Cote (de 8 à 10 en %)
19 %	L'Agence est serviable	54 %
16 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable.	52 %
16 %	Les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail.	57 %
15 %	L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens	54 %
10 %	Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde reçoit les prestations et les crédits d'impôt auxquels ils ont droit.	52 %
6 %	J'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mon entreprise de manière appropriée.	64 %
6 %	L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération.	53 %
6 %	Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste.	53 %
6 %	Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde paie sa juste part d'impôt.	49 %
4 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	49 %
3 %	L'Agence facilite le processus de production de mes déclarations de revenus d'entreprise.	58 %
2 %	L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que votre entreprise puisse respecter ses obligations fiscales.	58 %
<1 %	L'Agence traite mes déclarations de revenus d'entreprise en temps opportun.	68 %

-1 %	Les renseignements fournis par l'Agence pour mon entreprise arrivent à temps.	65 %
-3 %	L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens à trouver réponse à leurs questions sur l'impôt ou les prestations.	53 %
-4 %	J'estime que les employés de l'Agence sont dignes de confiance	57 %

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 attributs qui expliquent la majeure partie de l'écart expliqué (serviabilité, traitement équitable, capacité du personnel, avantages pour les Canadiens et accès aux prestations et aux crédits d'impôt), c'est-à-dire qu'ils 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 traite les contribuables de façon équitable et veille à ce que les Canadiens obtiennent les prestations et les crédits d'impôt auxquels ils ont droit (52 %, respectivement) représentent des secteurs prioritaires pour améliorer la perception globale 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 (68 %), l'arrivée de renseignements en temps opportun (65 %) et la capacité de traiter les renseignements des entreprises de façon appropriée (64 %). Toutefois, l'importance de ces caractéristiques est relativement faible.

Modèle de service

Le deuxième 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 relativement faible ($r^2 = 0,55$), ce qui explique près des deux tiers des résultats des cotes de rendement globales.

Tableau 115. 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)
45 %	Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun.	65 %
27 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	68 %
26 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	70 %
19 %	Le service offert par l'Agence était facile d'accès.	67 %
-1 %	Le représentant de l'Agence était professionnel.	67 %
2 %	Le représentant de l'Agence était poli.	66 %
6 %	Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	64 %
8 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	71 %

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 trois attributs qui représentaient la majeure partie de l'écart expliqué : le service en temps opportun, la facilité de compréhension et les renseignements complets.

La rapidité du service était de loin la caractéristique la plus importante relevée parmi les PME interrogées, avec près de deux tiers (65 %) ayant fourni une cote de 8, 9 ou 10, ce qui représente une possibilité d'amélioration prioritaire. La facilité de compréhension des renseignements a été positionnée de façon semblable, avec une cote de rendement relativement faible (68 %), ce qui suggère que cela devrait demeurer une priorité pertinente pour l'Agence. Avec la cote de rendement la plus élevée (71 %), les répondants peuvent s'attendre à l'exactitude des renseignements de l'Agence, ce qui suggère que le rendement dans ce domaine devrait demeurer une priorité pour l'Agence.

Intermédiaires fiscaux

Modèle de confiance

Le premier modèle était composé de divers 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 modéré ($r^2 = 0,68$), ce qui explique un peu plus des deux tiers des résultats des cotes de rendement globales.

Tableau 116. Principaux facteurs des cotes de rendement de l'Agence parmi les intermédiaires fiscaux – facteurs de confiance

Importance dérivée	Rendement de l'Agence $r^2 = 0,68$	Cote (% – cote de 8 à 10)
21 %	L'Agence travaille fort pour aider les Canadiens à trouver réponse à leurs questions sur l'impôt ou les prestations.	44 %
14 %	J'estime que les employés de l'Agence sont dignes de confiance	48 %
14 %	L'Agence est serviable	43 %
13 %	L'Agence travaille pour le bien de tous les Canadiens	46 %
10 %	Les renseignements fournis par l'Agence pour mes clients d'entreprise arrivent à temps	48 %
10 %	L'Agence traite les contribuables de façon équitable.	44 %
7 %	L'Agence fournit suffisamment de renseignements afin que vos clients puissent respecter leurs obligations fiscales	48 %
6 %	L'Agence facilite le processus de production des déclarations de revenus des entreprises	47 %
6 %	Les employés de l'Agence sont capables de bien faire leur travail.	46 %
6 %	Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde paie sa juste part d'impôt.	42 %
4 %	Je peux faire confiance à l'Agence pour faire ce qui est juste.	44 %
1 %	L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux.	44 %
<1 %	L'Agence traite les déclarations de revenus des entreprises en temps opportun.	49 %
-1 %	Les Canadiens peuvent compter sur l'Agence, car elle s'assure que tout le monde reçoit les prestations et les crédits d'impôt auxquels ils ont droit.	45 %
-5 %	L'Agence s'assure que tous les Canadiens sont traités avec le même respect et la même considération.	47 %
-5 %	J'ai confiance que l'Agence traitera les renseignements de mes clients de manière appropriée.	52 %

Les chiffres en caractères gras indiquent une variable importante.

Il y avait six attributs qui représentaient la majeure partie de l'écart expliqué (travailler fort pour les Canadiens, le personnel digne de confiance, la serviabilité, travailler pour le bénéfice de tous les Canadiens, les renseignements arrivent à temps et le traitement équitable), c'est-à-dire qu'ils ont le plus d'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 continue d'être un thème clé parmi les intermédiaires fiscaux, avec deux des trois principaux attributs qui sont clairement axés sur l'utilité.

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 plus de la moitié des intermédiaires fiscaux ayant donné une cote de 8, 9 ou 10. Non loin derrière, nous avons constaté que l'Agence a obtenu un rendement relativement bon en ce qui concerne le traitement des déclarations de revenus des entreprises en temps opportun, ce qui laisse entendre que ces secteurs ne devraient pas être prioritaires en ce qui concerne l'amélioration du rendement global perçu de l'Agence.

Modèle de service

Le deuxième 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 modéré ($r^2 = 0,55$), ce qui explique plus 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)
35 %	Le service offert par l'Agence a été offert en temps opportun.	56 %
23 %	Le service offert par l'Agence était facile d'accès.	53 %
23 %	Le représentant de l'Agence a pris le temps de comprendre ma situation.	53 %
14 %	Le représentant de l'Agence était professionnel.	60 %
5 %	Le représentant de l'Agence était poli.	62 %
5 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient faciles à comprendre.	59 %
2 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient exacts.	61 %
3 %	Les renseignements que j'ai reçus étaient complets.	58 %

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 trois attributs qui représentaient la majeure partie de l'écart expliqué : le service en temps opportun, la facilité d'accès et la mesure dans laquelle les représentants ont pris le temps de comprendre la situation.

Les trois attributs de service qui, de loin, avaient le plus d'importance étaient également les trois attributs qui ont le moins bien fonctionné. Bien que la rapidité du service facilité soit la caractéristique la plus importante pour les intermédiaires fiscaux, moins de trois sur cinq (56 %) lui ont donné une cote de 8, 9 ou 10. Une tendance semblable a été observée en ce qui concerne la facilité d'accès au service et la mesure dans laquelle le représentant a pris le temps de comprendre sa situation (53 %, respectivement), les deux ayant obtenu une mauvaise note dans le classement général, malgré un niveau élevé d'importance pour les cotes de rendement global. Ces trois caractéristiques devraient être le principal point d'intérêt de l'Agence à l'avenir.

Profil des répondants

Population générale

Tableau P1. Langue d'achèvement du sondage

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

Langue d'achèvement	Total non pondéré (n = 2 400)	Pondération totale (n = 2 400)
Anglais	78 %	79 %
Français	22 %	21 %

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	49 %	48 %
Femme	49 %	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 %	10 %
25-34	17 %	17 %
35-49	16 %	24 %
50-64	26 %	26 %
65 ans ou plus	46 %	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	5 %	3 %
Île-du-Prince-Édouard	1 %	1 %
Terre-Neuve-et-Labrador	2 %	1 %
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	1 %	1 %
Des études secondaires non terminées	7 %	5 %
Un diplôme d'études secondaires ou un équivalent	19 %	19 %
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	8 %	7 %
Baccalauréat	22 %	22 %
Diplôme d'études supérieures au-delà du baccalauréat	16 %	18 %
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	81 %	75 %
Inde	2 %	3 %
États-Unis	1 %	1 %
Angleterre	1 %	1 %
Allemagne	1 %	1 %
Royaume-Uni	1 %	1 %
Philippines	1 %	1 %
Pakistan	1 %	1 %
Chine	1 %	1 %
Mexique	1 %	1 %
Nigeria	1 %	1 %
France	1 %	1 %
Italie	1 %	<1 %
Ukraine	<1 %	1 %

Haïti	<1 %	<1 %
Pologne	<1 %	<1 %
Algérie	<1 %	<1 %
Jamaïque	<1 %	<1 %
Pays-Bas	<1 %	<1 %
Écosse	<1 %	<1 %
Iran	<1 %	<1 %
Brésil	<1 %	<1 %
Trinité-et-Tobago	<1 %	<1 %
Colombie	<1 %	<1 %
Roumanie	<1 %	<1 %
Sri Lanka	<1 %	<1 %
Irlande	<1 %	<1 %
Portugal	<1 %	<1 %
Afrique du Sud	<1 %	<1 %
Maroc	<1 %	<1 %
Autre	5 %	8 %
Je préfère ne pas répondre	1 %	2 %

Tableau P7. Temps passé au Canada

Base : (Population générale) Répondants qui ne sont pas nés au Canada (n= 444)

Temps passé au Canada	Total non pondéré (n= 444)	Total pondéré (n= 571)
Moins de 1 an	5 %	9 %
Au moins un an, mais moins de cinq ans	12 %	21 %
Au moins 5 ans, mais moins de 10 ans	6 %	8 %
10 ans ou plus	77 %	62 %
Je préfère ne pas répondre	-	-

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	31 %	43 %
Employé à temps partiel, c'est-à-dire pendant moins de 35 heures par semaine	5 %	8 %
Travailleur indépendant	7 %	8 %
Sans emploi, mais à la recherche d'un emploi	3 %	5 %
Étudiant à temps plein	1 %	3 %
À la retraite	47 %	27 %
Absent du marché du travail	4 %	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	33 %	49 %
Propriétaire d'entreprise ou associé – propriétaire unique	4 %	6 %
Propriétaire d'entreprise ou associé – société	4 %	4 %
Revenus de placements	7 %	5 %
Régime de retraite privé ou caisse de retraite constituée	11 %	6 %
Pension du gouvernement	32 %	18 %
Prestations	1 %	3 %
Pension pour conjoint/enfant/parent	2 %	3 %
Autre	2 %	2 %
Aucune source de revenus	1 %	3 %
Ne sais pas/refuse de répondre	3 %	3 %

Tableau P10. Revenu d'entreprise annuel approximatif

Base : (Population générale) Répondants qui sont des propriétaires d'entreprise ou des associés (n= 193)

Revenu annuel	Total non pondéré (n= 193)	Total pondéré (n= 232)
Moins de 30 000 \$	20 %	22 %
De 30 000 \$ à moins de 500 000 \$	54 %	54 %
De 500 000 \$ à moins de 1 million de dollars	8 %	6 %
De 1 à moins de 4 millions de dollars	7 %	9 %
De 4 à moins de 10 millions de dollars	3 %	2 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	8 %	8 %

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 \$	8 %	8 %
De 20 000 \$ à moins de 40 000 \$	15 %	13 %
De 40 000 \$ à moins de 60 000 \$	14 %	12 %
De 60 000 \$ à moins de 80 000 \$	12 %	11 %
De 80 000 \$ à moins de 100 000 \$	11 %	12 %
De 100 000 \$ à moins de 120 000 \$	8 %	9 %
De 120 000 \$ à moins de 150 000 \$	6 %	7 %
150 000 \$ et plus	14 %	17 %
Je ne sais pas/je refuse de répondre	12 %	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	3 %	4 %
Non-Autochtone	96 %	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	17 %	16 %
Répondants qui ne sont pas en situation de handicap	82 %	83 %
Je ne sais pas	1%	1 %
Je préfère ne pas répondre	1%	1%

Tableau P14. Première langue officielle apprise et encore parlée

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

Langue officielle préférée	Total non pondéré (n = 2 400)	Pondération totale (n = 2 400)
Anglais	74 %	74 %
Français	24 %	24 %
Je préfère ne pas répondre	2 %	2 %

Petites et moyennes entreprises (PME)

Tableau P15. Langue d'achèvement du sondage

Base : (PME) Tous les répondants (n= 803)

Langue d'achèvement	Total (n= 803)
Anglais	82 %
Français	18 %

Tableau P16. Région

Base : (PME) Tous les répondants (n= 803)

Région	Total (n= 803)
Colombie-Britannique	15 %
Alberta	10 %
Saskatchewan	2 %
Manitoba	3 %
Ontario	36 %
Québec	23 %
Nouveau-Brunswick	2 %
Nouvelle-Écosse	3 %
Île-du-Prince-Édouard	< 1 %
Terre-Neuve-et-Labrador	1 %
Yukon	3 %
Territoires du Nord-Ouest	< 1 %
Nunavut	< 1 %
Exploitation nationale	-
Je préfère ne pas répondre	< 1 %

Tableau P17. Nombre d'employés (y compris le répondant)

Base : (PME) Tous les répondants (n= 803)

Nombre d'employés	Total (n= 803)
1	30 %
De 2 à 4	26 %
De 5 à 19	14 %
De 20 à 49	14 %
De 50 à 99	13 %
100 ou plus	2 %

Tableau P18. Revenu d'entreprise annuel approximatif

Base : (PME) Tous les répondants (n= 803)

Revenu annuel	Total (n= 803)
Moins de 30 000 \$	14 %
De 30 000 \$ à moins de 500 000 \$	34 %
De 500 000 \$ à moins de 1 million de dollars	12 %
De 1 à moins de 4 millions de dollars	10 %
De 4 à moins de 10 millions de dollars	10 %
De 10 à moins de 20 millions de dollars	12 %
De 20 à moins de 50 millions de dollars	5 %
De 50 à moins de 250 millions de dollars	2 %
Moyenne	7 300 000 \$

Tableau P19. Type d'entreprise

Base : (PME) Tous les répondants (n= 803)

Type d'entreprise	Total (n= 803)
Une entreprise à propriétaire unique	71 %
Une entreprise constituée en société	14 %
Une société de personnes	12 %
Une coopérative	2 %
Un organisme à but non lucratif	1 %
Un organisme de bienfaisance enregistré	< 1 %
Une fiducie	< 1 %

Tableau P20. Participation à la prise de décisions opérationnelles

Base : (PME) Tous les répondants (n= 803)

Participation à la prise de décisions opérationnelles	Total (n= 803)
Questions d'ordre fiscal	100 %
Tenue de livres	74 %
Préparation de la TPS/TVH	73 %
Paie	71 %

Tableau P21. Poste au sein de l'entreprise

Base : (PME) Tous les répondants (n= 803)

Poste au sein de l'entreprise	Total (n= 803)
Président, président-directeur général ou propriétaire	70 %
Administrateur supérieur des affaires financières/contrôleur	10 %
Comptable	7 %
Gestionnaire	6 %
Agent financier	3 %
Gestionnaire ou agent de la paie	2 %

Tableau P22. Genre

Base : (PME) Tous les répondants (n= 803)

Genre	Total (n= 803)
Homme	57 %
Femme	42 %
Autre identité de genre	1 %
Je préfère ne pas répondre	< 1 %

Tableau P23. Âge

Base : (PME) Tous les répondants (n= 803)

Âge	Total (n= 803)
18-24	2 %
25-34	15 %
35-49	50 %
50-64	23 %
65 ans ou plus	9 %
Je préfère ne pas répondre	1 %

Tableau P24. Industrie ou secteur d'activité (réponses d'au moins 1 %)

Base : (PME) Tous les répondants (n=803)

Industries et secteurs	Total (n= 803)
Secteur manufacturier	13 %
Finances et assurances	12 %
Commerce de détail	12 %
Services professionnels, scientifiques et techniques	12 %
Chantier de construction	8 %
Arts, spectacles et loisirs	6 %
Transport et entreposage	4 %
Services d'hébergement et de restauration	4 %
Services d'enseignement	3 %
Commerce en gros	3 %
Soins de santé et assistance sociale	3 %
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	2 %
Immobilier, location et location à bail	2 %
Administration et soutien	2 %
Gestion de sociétés et d'entreprises	2 %
Services publics	1 %
Industrie de l'information et industrie culturelle	1 %

Industrie des services personnels	1 %
Informatique	1 %
Autre	1 %
Je préfère ne pas répondre	2 %

Tableau P25. Années d'exploitation de l'entreprise à ce jour

Base : (PME) Tous les répondants (n= 803)

Années d'exploitation	Total (n= 803)
Moins d'un an	2 %
De 1 à 2 ans	7 %
De 3 à 5 ans	27 %
De 6 à 10 ans	28 %
Plus de 10 ans	35 %
Je préfère ne pas répondre	< 1 %

Tableau P26. Statut d'Autochtone

Base : (PME) Tous les répondants (n= 803)

Statut d'Autochtone	Total (n= 803)
Autochtone	10 %
Non-Autochtone	88 %
Je préfère ne pas répondre	2 %

Tableau P27. Statut de personne en situation de handicap

Base : (PME) Tous les répondants (n= 803)

Statut de personne en situation de handicap	Total (n= 803)
Répondants qui sont en situation de handicap	12 %
Répondants qui ne sont pas en situation de handicap	86 %
Je ne sais pas	1 %
Je préfère ne pas répondre	1 %

Tableau P28. Première langue officielle apprise et encore parlée

Base : (PME) Tous les répondants (n = 803)

Langue officielle préférée	Total (n= 803)
Anglais	80 %
Français	20 %
Je préfère ne pas répondre	< 1 %

Intermédiaires fiscaux

Tableau P29. Langue d'achèvement du sondage

Base : (intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 803)

Langue d'achèvement	Total (n=803)
Anglais	84 %
Français	16 %

Tableau P30. Région

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n= 803)

Région	Total (n=803)
Colombie-Britannique	14 %
Alberta	12 %
Saskatchewan	3 %
Manitoba	4 %
Ontario	34 %
Québec	23 %
Nouveau-Brunswick	2 %
Nouvelle-Écosse	3 %
Île-du-Prince-Édouard	1 %
Terre-Neuve-et-Labrador	< 1 %
Yukon	2 %

Territoires du Nord-Ouest	-
Nunavut	1 %
Opération nationale	-
Je préfère ne pas répondre	-

Tableau P31. Nombre d'employés (y compris le répondant)

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n= 803)

Nombre d'employés	Total (n= 803)
1	12 %
De 2 à 4	16 %
De 5 à 19	22 %
De 20 à 49	20 %
De 50 à 99	19 %
100 ou plus	11 %

Tableau P32. Travaux liés à l'impôt effectués pour le compte de petites entreprises clientes

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n= 803)

Travaux liés à l'impôt pour le compte d'entreprises clientes	Total (n= 803)
Comptabilité	66 %
Paie	49 %
Préparation de déclarations	46 %
Tenue de livres	39 %
Planification financière/états financiers	1 %
Consultation	1 %
Marketing/ventes	< 1 %
Assurances	< 1 %
Immobilier/investissement dans les biens immobiliers	< 1 %
Établissement de fonds de pension/planification de la retraite	< 1 %
Autre	1 %
Je préfère ne pas répondre	6 %

Tableau P33. Années d'exploitation de l'entreprise à ce jour

Base : (Intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n= 803)

Années d'exploitation	Total (n= 803)
Moins d'un an	3 %
De 1 à 2 ans	8 %
De 3 à 5 ans	27 %
De 6 à 10 ans	23 %
Plus de 10 ans	37 %
Je préfère ne pas répondre	2 %

Tableau P34. Première langue officielle apprise et encore parlée

Base : (intermédiaires fiscaux) Tous les répondants (n = 803)

Langue officielle préférée	Total (n = 803)
Anglais	80 %
Français	19 %
Je préfère ne pas répondre	<1 %

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 27 novembre 2024 et le 30 décembre 2024. 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 803 PME et de 803 intermédiaires fiscaux a été mené entre le 27 novembre 2024 et le 22 janvier 2025. 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 Quorus 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 13 sondages en anglais et 8 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 %	169	7,0 %
Région – Québec	23,0 %	550	22,9 %	550	22,9 %	528	22,0 %
Région – Ontario/Nunavut	38,7 %	800	33,3 %	800	33,3 %	928	38,7 %
Région – Prairies/TNO	17,6 %	480	20,0 %	480	20,0 %	434	18,1 %
Région – CB/Yukon	14,0 %	310	12,9 %	310	12,9 %	342	14,2 %
Genre – homme	48,8 %	1 171	48,8 %	1 185	49,4 %	1 147	47,8 %
Genre – femme	51,2 %	1 229	51,2 %	1 187	49,5 %	1 226	51,1 %
Âge – 18-24	10,1 %	242	10,1 %	61	2,5 %	243	10,1 %
Âge – 25-34	16,6 %	398	16,6 %	175	7,3 %	397	16,6 %
Âge – 35-49	24,2 %	581	24,2 %	385	16,0 %	570	23,7 %
Âge – 50-64	25,5 %	612	25,5 %	634	26,4 %	614	25,6 %
Âge – 65+	23,6 %	566	23,6 %	1 115	46,5 %	545	22,7 %

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	185 530
Nombre total de numéros non valides	86 908
B. Nombre total d'appels non résolus (NR)	79 877
Pas de réponse, répondeur	79 877
C. Unités admissibles non répondantes (UA)	16 253
Barrière linguistique	480
Impossibilité de répondre au sondage (malade/décédé)	248
Rappel (répondant non disponible)	4 062
Refus de répondre	11 060
Mis fin à l'appel	403
D. Unités répondantes (UR)	2 492
Quota atteint/non réalisé	52
Entrevues achevées	2 400
Disqualifié – le répondant est âgé de moins de 18 ans	30
Disqualifié – province refusée	10
Taux de réponse arrondi : $UR \div (NR + UA + UR) = 2\,571 \div (61\,742 + 15\,359 + 2\,571)$	2,5
Incidence	96,3

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 20 sondages-tests en anglais et de 18 sondages-tests en français ont été effectués dans l'ensemble des deux publics cibles, ce qui comprend plus précisément 7 répondants des PME et 31 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 27 novembre 2024 au 22 janvier 2025. 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, 1 606 sondages ont été soumis par les répondants (803 par les PME et 803 par les intermédiaires fiscaux). En moyenne, les répondants ont pris environ 13 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 %	53	7 %
Québec	185	23 %	185	23 %
Ontario (Nunavut)	270	34 %	290	36 %
Ouest du Canada	265	33 %	249	31 %
Territoires/National	25	3 %	25	3 %

Intermédiaires fiscaux :

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 %	185	23 %
Ontario (Nunavut)	270	34 %	281	35 %
Ouest du Canada	265	33 %	276	34 %
Territoires/National	25	3 %	16	2 %

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) [%]
1 employé(e)	250	31 %	244	30 %
De 2 à 4	200	25 %	211	26 %
De 5 à 99	320	40 %	332	41 %
Plus de 100	30	4 %	16	2 %

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

Novembre 2024

Agence du revenu du Canada
Recherche d'entreprise annuelle – 2024
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 **Marie-Pierre Lemay** au **343-575-5446** 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 ÉQUILIBRÉE 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
- e) L'ARC facilite le processus de production de mes déclarations de revenus
- f) L'ARC est serviable
- g) L'ARC traite les contribuables équitablement
- h) J'ai confiance que l'ARC traitera mes renseignements personnels de manière appropriée
- i) L'Agence attrape les fraudeurs fiscaux
- j) L'Agence veille à ce que l'ensemble de la population canadienne soit traitée avec le même respect et la même considération
- k) La population canadienne peut compter sur l'Agence, puisqu'elle s'assure que chacun paie sa juste part d'impôts
- l) La population canadienne peut compter sur l'Agence, puisqu'elle s'assure que chacun reçoit les prestations et crédits auxquels il a droit

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 2022, ou celle que vous avez produite cette année pour les revenus gagnés en 2023.

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 OPTIONS 01 TO 04]

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 – Un compte d'épargne enregistré, comme un compte d'épargne libre d'impôt pour l'achat d'une première propriété, un régime enregistré d'épargne-retraite ou un compte d'épargne libre d'impôt

7 – Allocation canadienne pour enfants

8 – Crédit d'impôt pour personnes handicapées

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. [SI D-2 ET D-3 = JE NE SAIS PAS / JE REFUSE DE RÉPONDRE PASSER A D7] 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

D7. 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 que vous utilisez?

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-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'Agence est équitable lorsqu'elle décide des déclarations de revenus qu'elle vérifie
- e) L'ARC se tient responsable des renseignements écrits qu'elle fournit.

- f) 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)

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 2023 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. Quelle langue officielle avez-vous apprise en premier et parlez-vous encore?

- 01 Anglais
- 02 Français
- 99 [NE PAS LIRE] Préfère ne pas répondre

PG-15. 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 – 2024
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 \$ 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, ou 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) L'ARC traite les contribuables équitablement
- 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 veille à ce que l'ensemble de la population canadienne soit traitée avec le même respect et la même considération
- o) La population canadienne peut compter sur l'Agence, puisqu'elle s'assure que chacun paie sa juste part d'impôts
- p) La population canadienne peut compter sur l'Agence, puisqu'elle s'assure que chacun reçoit les prestations et crédits auxquels il a droit

[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-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]

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, etc.)

06 – **[IF SEULEMENT]** Aider un client avec ses impôts personnels (p. ex., produire une déclaration de revenus, obtenir un remboursement, effectuer un paiement, etc.)

07 – Paie

08 – TPS/TVH

09 – **[INTERMÉDIAIRES FISCAUX SEULEMENT]** Interagir avec l'ARC au nom d'un organisme de bienfaisance ou une organisation à but non lucratif

10 – **[INTERMÉDIAIRES FISCAUX SEULEMENT]** Interagir avec l'ARC au nom d'une succession ou d'une fiducie

98 – Autres (veuillez préciser) _____] **[ANCRE]**

99 – Je ne me souviens pas **[ANCRE]**

[POUR LES IF – NE PAS POSER SI D2 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'Agence est équitable lorsqu'elle décide des déclarations de revenus qu'elle vérifie
- g) L'ARC offre des services en ligne qui répondent à vos besoins.

- h) 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. Envoyer 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 déniez cette entreprise si...?

[POSER EN ORDRE - AUTORISER UN SEUL CODE]

- a) Vous soupçonnez 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 À 5, 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)

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-4. Quelle langue officielle avez-vous apprise en premier et parlez-vous encore ?

- 01 – Anglais
- 02 – Français
- 99 – [NE PAS LIRE] 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.

ACCEPTER 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.