

33^e Colloque international

Consentement à l'impôt et redevabilité

Montrouis – HAÏTI
Du 30 avril au 2 mai 2018

L'éducation du contribuable

Atelier n°1

La problématique

- Les citoyens doivent participer au financement des charges supportées par l'État au bénéfice de la communauté nationale.
- Certains d'entre eux éprouvent des difficultés à payer l'impôt spontanément, de manière involontaire ou délibérée.
- En l'informant sur ses droits mais aussi sur ses obligations de déclaration et de paiement de l'impôt, **l'éducation du contribuable doit permettre d'accroître son consentement à l'impôt.**

- **Éduquer**, c'est (au sens général) :
 - former quelqu'un en développant et en épanouissant sa personnalité ;
 - développer une aptitude ;
 - faire acquérir à quelqu'un les usages de la société.

Une action à 2 dimensions

PÉDAGOGIQUE :

instruire, informer, former,
sensibiliser...



prévention

CONTRAINANTE :

dresser ou façonner...



contrôle

Le(s) contribuable(s)

**Des profils
hétérogènes**



**Des modes
d'éducation
différenciés**



**Des résultats
optimisés**

- Particulier ou professionnel ?
- Jeune ou adulte ?
- Informel de subsistance ou informel frauduleux ?
- Instruit ou illettré ?
- Autochtone ou nouvel arrivant ?
- Vertueux ou défaillant ?
- Actif ou inactif ?

Un diagnostic

Un diagnostic initial est indispensable



Identifier les objectifs ciblés



Définir les priorités

- Il doit reposer sur des critères objectifs (indicateurs) :
 - civisme déclaratif et de paiement ;
 - niveau des recettes fiscales ;
 - qualité de service...
- Il peut être complété par :
 - des études ethnosociologiques ;
 - des enquêtes de satisfaction ou sondages d'opinion auprès des usagers, sur l'image de l'administration fiscale, ses missions...

Des priorités

Selon la structure de leur économie et la typologie de leurs redevables, les administrations fiscales définissent leurs priorités

Éviter la dispersion

Maîtriser les coûts

Exemples

- Promouvoir l'inclusion fiscale (intégrer les usagers qui ne sont pas encore dans le système fiscal) ;
- Réduire l'économie informelle ;
- Améliorer la sincérité des déclarations.

Donner du sens

**Donner du sens à
l'impôt pour un
message éducatif
efficace**



**L'utilisateur a aussi
des attentes
envers son
administration
fiscale**

- L'éducation du contribuable suppose l'existence de pré-requis :
 - expliquer à quoi sert l'impôt et qu'il est bien employé (cf. atelier n° 3) ;
 - rendre un service de qualité aux usagers (cf. atelier n° 2) ;
 - être une administration exemplaire (cf. atelier n° 4).

Le court terme (1/2)

Une éducation à court terme avec des effets espérés durables

- **Des vecteurs de communication traditionnels :**
radio, télévision, journaux, magazines, cinéma...
- **Des actions de promotion ciblées ou originales :**
informations sur les places de marché, actions à caractère social (don au profit des écoles), pièces de théâtre, lettre de félicitation aux bons contribuables, autobus des impôts dans les villages, journal édité par l'administration fiscale, bande dessinée, journées nationales d'information (media et centres des impôts), loteries fiscales...

Le court terme (2/2)

Une éducation à court terme avec des effets espérés durables

- **Des partenariats avec des professionnels ou des particuliers :** organismes consulaires, comités d'usagers...
- **Des vecteurs de communication numérique :** sites internet, tchat, Facebook, Twitter, plateformes collaboratives...

Le long terme (1/2)

Une
éducation à
long terme

Investir sur
la jeunesse

A l'école

- Intégration du civisme fiscal dans les programmes scolaires (primaire et secondaire) ;
- Supports pédagogiques diversifiés : manuels, affiches, dépliants, œuvres musicales, livret-puzzle, vidéos... ;
- Concours d'éloquence ;
- Formations et supports pédagogiques spécifiques pour les enseignants ;
- Incitation des enfants à promouvoir le civisme fiscal de leurs parents...

Le long terme (2/2)

Une
éducation à
long terme

Investir sur
la jeunesse

A l'université

- Formation des étudiants en fiscalité en vue de fournir un soutien gratuit aux contribuables et micro-entrepreneurs ;
- Proposition aux étudiants de visites de service et de rencontres avec les administrations fiscales...

« Bonnes pratiques (1/2) »

- **Rechercher l'adhésion et l'implication :**
 - en interne : des agents et des cadres de l'administration fiscale ;
 - à l'externe : des pouvoirs politiques nationaux et locaux, des autorités religieuses, des partenaires économiques, des enseignants...
- **Communiquer pour faciliter l'acceptation de l'impôt :**
 - dans un langage accessible et simple, voire populaire y compris dans les dialectes locaux ;
 - avec une dimension ludique, humoristique ou festive (participation d'artistes...).
- **Envisager une « amnistie fiscale » mais ce levier est controversé.**

« Bonnes pratiques (2/2) »

- **Créer une structure ou un référent du civisme fiscal** au sein de l'administration fiscale ;
- **Établir un plan de communication** reposant sur un plan d'action ;
- **Recourir à des professionnels de la communication ;**
- **Maîtriser le coût des actions de communication en fonction des enjeux et des résultats attendus ;**
- **Mesurer la mise en œuvre et l'efficacité des actions d'éducation...**

Conclusion

- Si ses effets sont difficiles à mesurer précisément, **l'éducation du contribuable participe indéniablement à l'amélioration du civisme fiscal...**
- **... lequel semble cependant rester lié à l'existence du contrôle fiscal** et à ses sanctions en cas de fraude.
- Un pays paraît avoir obtenu de bons résultats en réduisant la pratique de son contrôle fiscal tout en développant l'éducation du contribuable, mais cela reste une exception à ce jour.

**Pour en savoir plus, consulter le guide de l'OCDE
et la synthèse des réponses au questionnaire du colloque**