

Attualità

Boom per “Entrate in video”. In tre anni, un milione di click

8 Ottobre 2015

Tra i principali obiettivi dell’Amministrazione, costruire un rapporto di fiducia con il cittadino. Anche attraverso mezzi di comunicazione e contatto sempre più moderni e diretti

In soli tre anni di vita più di un milione di visualizzazioni per i video pubblicati dal **canale YouTube** dell’Agenzia e 6.670 utenti iscritti. Un vero e proprio successo per i brevi filmati “autoprodotti” dall’Amministrazione finanziaria, in cui i funzionari delle Entrate spiegano, in modo semplice e sintetico, adempimenti, servizi e novità fiscali.

Del resto, non a caso, il progetto, nato come strumento moderno e innovativo di comunicazione e guida per i cittadini, ha fatto guadagnare all’Agenzia delle Entrate, nel 2012, il premio Aretè per la Comunicazione.

Sempre alta l’attenzione per assicurare l’affidabilità dei contenuti che, a tale scopo, sono costantemente monitorati e “attualizzati”: in caso di sopraggiunte modifiche normative, il video che ne è interessato viene corretto o, quando necessario, rimosso.

Si tratta di un lavoro a “costo zero”, svolto dagli stessi dipendenti dell’Agenzia. Il risultato finale è un prodotto accessibile a tutti, grazie all’utilizzo di sottotitoli in italiano e alla loro traduzione simultanea nelle principali lingue straniere.

In base ai numeri, vincente, poi, il metodo di selezione degli argomenti da trattare, scelti analizzando i termini “breakout”, ovvero le parole chiave più ricercate su Google.

I filmati più gettonati sono “Il 730 precompilato”, “Fisconline e codice Pin per i servizi web”, “Le visure catastali online” e “La cedolare secca”, ma apprezzabile gradimento hanno ricevuto anche i tutorial in lingua inglese e spagnola per la richiesta del codice fiscale.

E che i filmati raggiungano il loro scopo lo dimostrano i dati forniti dalla piattaforma YouTube, dai

quali emerge che i tempi di visualizzazione superano abbondantemente, per ogni video, il 50% della durata effettiva: in poche parole la “trasmissione” non perde mai di interesse.

Incessante, comunque, l’impegno dell’Agenzia delle Entrate per facilitare i contatti con il contribuente attraverso una comunicazione sempre più diretta e al passo con i tempi, sfruttando, quindi, al meglio, anche i nuovi canali social. Ed è così che, a “Entrate in video”, nel 2014, è seguita la creazione di un profilo twitter, che conta già 17.500 *follower*.

di

r.fo.

URL: <https://www.fiscooggi.it/rubrica/attualita/articolo/boom-entrate-video-tre-anni-milione-click>