

Attualità

2016, l'anno del fisco-social. L'Agenzia scommette sulla rete

20 Dicembre 2016

Facebook, Twitter, YouTube e, da quest'anno, anche app ed sms: l'Amministrazione finanziaria punta sui new media per comunicare e instaurare un filo diretto con i cittadini



Se si dovesse scegliere una data per celebrare l'anno zero della comunicazione *social* del Fisco italiano, il 2016 sarebbe, senza ombra di dubbio, quello più adatto.

YouTube, Twitter, Facebook, app ed sms: sono diversi i canali che hanno debuttato quest'anno o hanno consolidato la propria presenza in Rete, permettendo ai contribuenti di relazionarsi con l'Agenzia delle Entrate attraverso nuove modalità più immediate e al passo con i cambiamenti

della società.

Da anni e da più parti, infatti, si chiede alla Pubblica amministrazione di utilizzare forme di contatto con i cittadini più innovative, che puntino a semplificare i processi, a stimolare il dialogo e, nello stesso tempo, a migliorare l'efficienza dell'intera macchina amministrativa.

E l'Agenzia delle Entrate sembra andare proprio in questa direzione, sperimentando nuove soluzioni di ascolto e confronto con i contribuenti, che rappresentano una preziosa occasione di scambio ma anche un termometro della percezione dell'utenza che, attraverso segnalazioni e suggerimenti, permette agli uffici del fisco di migliorare la qualità dei propri servizi.

Twitter: le novità delle Entrate in tempo reale

A quasi tre anni dallo sbarco dell'Agenzia su Twitter, sono più di 24.700 i *follower* che seguono l'account delle Entrate. Grazie al *format* che privilegia rapidità e immediatezza, in soli 140 caratteri

cittadini e contribuenti ricevono gli aggiornamenti sulle ultime novità fiscali, sulle scadenze e sugli eventi istituzionali dell'Amministrazione.

C'è stato spazio per *live tweeting* e sessioni aperte, come la sessione #entratelive dedicata al 730 precompilato, in cui i contribuenti sono stati chiamati a inviare i propri quesiti sulla dichiarazione dei redditi precompilata e l'Agenzia si è impegnata a fornire una risposta entro 24 ore.

Facebook: il canone tv in bolletta senza più dubbi

Il 2016 è stato anche l'anno in cui per la prima volta il canone tv è stato addebitato nella bolletta elettrica.

Per assistere i contribuenti alle prese con questa novità, l'Agenzia ha inaugurato la sua pagina Facebook (dedicata, al momento, a questo tema, ma in procinto di aprirsi a nuovi temi fiscali), fornendo informazioni relative alle problematiche più comuni.

Inoltre, è stato creato un team per rispondere alle singole richieste degli utenti grazie alle conversazioni private di Facebook Messenger: i contribuenti hanno potuto esporre i propri dubbi direttamente al funzionario del Fisco e ricevere una risposta entro 24 ore o, nei casi in cui il quesito richiedeva un approfondimento, entro cinque giorni dalla richiesta.

La pagina oggi conta più di 15.500 "mi piace", mentre gli utenti che hanno ricevuto un aiuto attraverso la *chat* privata sono circa 5.000.

YouTube: il fisco semplice come la tv

Più di un milione e mezzo di visualizzazioni è la cifra record raggiunta dal canale YouTube "Entrate in video", il fratello maggiore che ha fatto da apripista alla presenza dell'Agenzia sui *social*, tutto dedicato a contenuti di servizio sui temi fiscali di maggior interesse pratico per i contribuenti.

Inaugurato il 1° ottobre 2012, il canale delle Entrate ha da subito riscontrato il favore degli utenti, grazie soprattutto ai *tutorial* realizzati a partire dai temi più cercati e più cliccati in rete, selezionati sulla base dei termini "*breakout*", cioè le parole chiave in vetta alle classifiche di popolarità nelle statistiche di ricerca su Google: dalla dichiarazione precompilata ai servizi telematici dall'Agenzia, passando per la registrazione dei contratti di locazione, le visure catastali, i rimborsi fiscali e la tessera sanitaria.

Con l'App delle Entrate il Fisco è diventato tascabile

Da un anno, gli uffici dell'Agenzia hanno trovato negli *smartphone* un valido alleato che, attraverso un'app, ha permesso ai contribuenti di evitare la coda negli uffici, prenotando il *web-ticket* e monitorando i tempi di attesa del proprio turno.

Inoltre, gli utenti in possesso delle credenziali per Fisconline ed Entratel, i servizi telematici delle Entrate, hanno potuto consultare le informazioni del proprio "cassetto fiscale" come, ad esempio, i

versamenti effettuati tramite modello F24 e le dichiarazioni fiscali presentate.

L'applicazione è disponibile per i principali sistemi operativi in commercio; è possibile scaricarla da Google Play (lo *store* per i sistemi operativi *android*), App Store (utilizzabile per Iphone e Ipad) e Windows Phone Store (Microsoft mobile).

Gli sms personali, l'ultima importante novità

Oltre all'app, da qualche mese l'Agenzia entra in contatto con i contribuenti anche attraverso gli sms, grazie a messaggi personalizzati che, con poche parole, li informa che sono state accreditate le somme chieste a rimborso, che non risulta recapitata una comunicazione inviata via raccomandata o che mancano pochi giorni alla scadenza di un pagamento. Una comunicazione semplice ma mirata, pensata con l'obiettivo di evitare che, per una semplice distrazione o dimenticanza, i contribuenti possano trovarsi, in futuro, con un conto più oneroso e una cartella di pagamento da "onorare".

A oggi, sono oltre 400mila i cittadini che hanno registrato il proprio numero di cellulare nell'area riservata dei servizi online dell'Agenzia delle Entrate.

di

Fabio Brocceri

URL: <https://www.fiscooggi.it/rubrica/attualita/articolo/2016-lanno-del-fisco-social-lagenzia-scommette-sulla-rete>