

Dal mondo

Usa, l'Irs apre un ufficio dedicato all'ascolto dei taxpayer americani

10 Marzo 2022

L'ufficio per la Taxpayer Experience punta a migliorare i servizi e l'assistenza offerti ai contribuenti



L'Agenzia delle Entrate statunitense ha istituito il primo *Taxpayer Experience Office*, una struttura che si occuperà di tutte le relazioni intercorrenti tra i contribuenti e il fisco. Il *Taxpayer Experience Office* dell'*Internal revenue service* lavorerà in collaborazione con le altre articolazioni del fisco americano e coordinerà le proprie iniziative con il *Taxpayer Advocate Service* (vedi articolo **Fisco Usa: più assistenza e risorse. Consigli dal garante del contribuente**). L'istituzione di questo nuovo ufficio rientra tra gli obiettivi delineati nel **rapporto** presentato dall'Irs al Congresso degli Stati Uniti poco più di un anno fa, nel quale venivano identificati un gran numero di nuovi programmi e strumenti, ideati proprio per assistere i contribuenti a 360 gradi.

Il nuovo filone del fisco americano

Negli ultimi due anni, dopo il varo del *Taxpayer first act*, le priorità dell'Irs sono state raggiungere il massimo livello nella sfera della qualità dei servizi forniti ai cittadini e ottenere il miglioramento dell'esperienza vissuta dai contribuenti tutte le volte che entrano in contatto con il fisco, qualsiasi sia il motivo per cui ciò avvenga. "Sia che si tratti di controllare lo stato di una dichiarazione dei redditi, di incontrare un funzionario nel corso di un controllo o per ricevere un rimborso sul proprio conto bancario", per dirla con le parole di Ken Corbin, il funzionario posto al vertice della nuova struttura.

Per migliorare l'esperienza dei contribuenti, il *Taxpayer Experience Office* ha identificato le sfide

principali sulle quali l'Irs dovrebbe concentrarsi nei prossimi cinque anni. Volendo riassumere in uno slogan questa nuova strategia, potremmo dire che l'Irs vuole che i contribuenti americani siano "soddisfatti"; o, in altri termini, che non vengano delusi nelle loro aspettative. Il fisco Usa punta quindi a offrire il tipo e il livello di servizi che un cittadino statunitense si aspetta dall'ente federale preposto all'amministrazione dei tributi.

L'ambito di attività del nuovo ufficio

Per raggiungere il traguardo del "miglioramento dell'esperienza", il *Taxpayer Experience Office* lavorerà innanzitutto per identificare le aspettative dei contribuenti. Successivamente si focalizzerà sulle *best practice* individuate nel corso della lavorazione delle pratiche di assistenza ai contribuenti. Il percorso dovrebbe concludersi con una standardizzazione delle esperienze di tutte le categorie di contribuenti Usa, in modo da assicurare a tutte queste categorie una parità di trattamento, o meglio di "soddisfacimento" delle proprie esigenze ed aspettative.

Tra le attività che verranno coinvolte in prima battuta nel nuovo modello di relazioni tra fisco e contribuenti rientrano il servizio di richiamata dei cittadini (che verrà potenziato), l'ampliamento delle opzioni di pagamento a disposizione dei contribuenti e l'estensione dei servizi offerti ai cittadini.

L'esperienza del contribuente al centro

Il concetto di "esperienza del contribuente" nasce dalla constatazione che le interazioni tra fisco e contribuente si possono svolgere al giorno d'oggi su molteplici canali e in diverse occasioni. Nel 2019, per esempio, l'Irs ha raggiunto oltre 67 milioni di contribuenti - tra cittadini, imprese ed enti no profit - fornendo loro assistenza telefonica e per corrispondenza oppure tramite i centri di assistenza diffusi a livello locale. Ma l'assistenza è corsa anche via web, con 650 milioni di visite al sito e circa 10 milioni di informazioni transitate tramite la *app* del fisco.

Con la *taxpayer experience* l'intento è quello di affrontare con un approccio "olistico" le diverse esigenze del contribuente, cioè superare il semplice concetto di *customer care* per creare una sorta di coordinamento tra tutte le situazioni di interazione che si possono creare tra Amministrazione e cittadini, dai servizi, alla *compliance*, alla semplice ricerca di informazioni, prendendo in considerazione le diverse tipologie di utenti che possa interfacciarsi con il fisco. Per farlo, la strategia della *taxpayer experience* si muoverà contemporaneamente in diverse direzioni: dallo sviluppo dei "servizi digitali estesi" (*expanded digital services*), che consentano alle imprese e agli intermediari di svolgere molti adempimenti fiscali in autonomia semplicemente autenticandosi online, alla messa a punto di programmi mirati per raggiungere le comunità di cittadini che normalmente hanno più difficoltà ad accedere alle informazioni e ai servizi offerti dal fisco. Ma l'esperienza del contribuente sarà migliorata anche attraverso l'analisi dei dati e la creazione di

partnership con soggetti terzi (agenzie governative ma anche società private e soggetti no profit) per lo scambio di *best practice* sempre incentrate a migliorare la capacità di risposta ai bisogni dell'utente.

di

Anna D'Angelo

Vito Rossi

URL: <https://www.fiscooggi.it/rubrica/dal-mondo/articolo/usa-lirs-apre-ufficio-dedicato-allascolto-dei-taxpayer-americi>