

Attualità

Agenziaentrate.gov.it è tutto nuovo: ricerca dinamica, contenuti profilati

Un tool per trovare subito i servizi, argomenti tarati sui diversi utenti e sulle tematiche più attuali. Il sito dichiara, così, la sua priorità: mettere al centro le esigenze dei cittadini



Strumenti di ricerca “intelligenti”, contenuti “cuciti” sulle diverse categorie di utenti, aree tematiche che diventano uno snodo per accedere facilmente agli argomenti più attuali e navigazione *mobile first*, per un’agevole fruizione da telefono cellulare e *tablet*. È online, dopo un restyling che ha riguardato architettura dell’informazione, risorse e design, il nuovo [sito internet](#) dell’Agenzia delle entrate, realizzato insieme al partner tecnologico Sogei nel rispetto dei principi di design per le Pa dell’Agid. Il sito “si allinea” così alle priorità dell’Agenzia, prima fra tutte quella di mettere gli utenti al centro della propria azione, anche attraverso soluzioni più tarate sulle loro esigenze.

Dal 1° gennaio al 30 novembre 2017 il sito internet dell’Agenzia ha avuto 50 milioni di visitatori unici, facendo registrare 125 milioni di visite. Tra i servizi ad accesso libero la pagina più apprezzata è quella per il calcolo del bollo a partire dalla targa del veicolo, che ha fatto registrare oltre 4,9 milioni di visite.

Arriva un nuovo tool per la ricerca dinamica dei servizi

La nuova *release* del sito è stata implementata con un nuovo motore di ricerca che si attiva in maniera “intelligente” man mano che si digita la parola chiave. Il *tool* fornisce “in diretta” la rosa di risultati più pertinente, guidando l’utente fino alla scelta migliore. Una volta raggiunto il servizio, si apre una pagina con una scheda informativa e gli strumenti necessari per usarlo. Come ulteriore ausilio alla ricerca viene data, inoltre, la possibilità di utilizzare ulteriori filtri sia per tipo di utente sia per tipo di servizio. Quelli utilizzati più frequentemente dai cittadini sono sempre raggiungibili anche dalla home page.

Contenuti profilati a partire dalla home page

In linea con le indicazioni dell’Agid, l’architettura del nuovo sito è stata messa a punto dopo un’analisi degli effettivi bisogni degli utenti. Il nuovo approccio *user-centered* traspare già in home page. La pagina iniziale presenta, infatti, in primo piano cinque categorie di target – cittadini, imprese, professionisti, intermediari, Enti e Pa – da ciascuna delle quali si apre un percorso “su misura”. Grazie a questa impostazione, per esempio, i cittadini hanno un accesso immediato alle informazioni e agli strumenti relativi ai rimborsi fiscali, alle ristrutturazioni edilizie e alle visure catastali; le imprese hanno immediatamente a disposizione ciò che riguarda le

dichiarazioni Iva, il regime forfettario agevolato e la *compliance*; i professionisti trovano una corsia preferenziale diretta verso le risorse che riguardano la partita Iva, gli studi di settore e gli Ilsa, e così via. Sono tarate sulle esigenze informative dei cittadini anche le nuove aree tematiche in home page (“casa”, “canone tv”, “se l’Agenzia ti scrive”, eccetera) dei veri e propri *focus* che raccolgono in un unico contenitore le principali informazioni, guide e approfondimenti sugli argomenti di maggiore attualità o di più largo interesse. In *home* trovano inoltre spazio una sezione social con tutti gli aggiornamenti dagli account istituzionali dell’Agenzia (*Twitter*, *Facebook* e *Youtube*), le risorse dedicate agli utenti più esperti, la “sala stampa” (con i comunicati e i documenti presentati in occasione delle conferenze stampa), le guide fiscali e le riviste “Fiscooggi” e “Territorio Italia”. La struttura “per moduli” orizzontali, con contenuti omogenei, costituisce una guida visiva per l’utente, che può agevolmente distinguere le diverse sezioni.

I numeri di www.agenziaentrate.gov.it

Quest’anno (dati al 30 novembre) il sito internet dell’Agenzia ha già registrato 125 milioni di visite da parte di 50 milioni di visitatori unici. La pagina più apprezzata dei servizi ad accesso libero è quella per il calcolo del bollo auto in base alla targa del veicolo, che ha raggiunto oltre 4,9 milioni di visite. Seguono quella relativa agli strumenti per gli “addetti ai lavori” (codici, modelli, software, specifiche tecniche, eccetera), con quasi 4 milioni di visite, e quella per il controllo delle partite Iva comunitarie, che ne ha registrate più di 3,8 milioni: il servizio consente agli operatori titolari di una partita Iva che effettuano cessioni intracomunitarie di verificare il numero di identificazione Iva dei loro clienti. Cresce anche l’appeal dei servizi con registrazione. Con le credenziali dell’Agenzia è possibile trasmettere online la propria dichiarazione, registrare un contratto di locazione, inviare una denuncia di successione, fare una visura catastale o comunicare con il Fisco comodamente dal proprio pc. I dati evidenziano un andamento positivo: il numero delle dichiarazioni inviate in modalità “fai da te”, per esempio, è passato da 1,4 milioni (2015) a 2,5 milioni (2017). Quest’anno oltre 1 milione e 100mila contratti di locazione di immobili sono stati registrati online tramite la procedura “Rli”. Sempre da gennaio a novembre, sono oltre 800mila le istanze gestite, entro 3 giorni, tramite Civis, il servizio telematico che consente di chiedere assistenza sulle comunicazioni di irregolarità e sulle cartelle da controllo automatizzato delle dichiarazioni, di inviare i documenti in caso di controllo formale e di correggere le deleghe di pagamento F24.

Le linee guida Agid

Le linee guida di design per i siti web della Pa raccolgono una serie di principi utili – che spaziano dall’architettura dell’informazione alla gestione dei contenuti, all’impostazione della home page, al linguaggio – per migliorare l’esperienza di navigazione dei cittadini sui siti delle pubbliche amministrazioni, anche grazie alla progressiva applicazione di un’identità visiva coerente.

Chiara Ciranda

pubblicato Giovedì 14 Dicembre 2017
