

PLAN COMUNICARE

Agenția Națională de Administrare Fiscală

Contextul actual



Criza sanitară a provocat schimbări și la nivelul comunicării instituționale interne și externe. Spre exemplu, în ceea ce privește comunicare externă, digitalizarea accelerată a ANAF a făcut posibilă apariția unor noi servicii de la distanță, însă utilizarea lor de către contribuabili a depins și de o mediatizare adecvată. În viitorul apropiat, este necesară conservarea capitalului de imagine pozitiv acumulat și consolidarea percepției de parteneriat pe care ANAF a reușit să o inducă din martie 2020, prin aplicarea planului de comunicare.

Familiarizarea completă a contribuabililor cu serviciile online fiind un proces de durată, ANAF trebuie să contracareze atât falsa percepție a publicului că serviciile online nu ar fi operative, cât și tendința mass media de a critica demersurile instituțiilor publice.

Încă din martie 2020, de la declanșarea crizei sanitare în România, conducerea ANAF a luat măsurile necesare limitării răspândirii noului coronavirus și desfășurării activității curente în condiții de siguranță atât pentru propriii angajați, cât și pentru contribuabili. Din punct de vedere al comunicării, în luna martie a.c. a fost elaborată **Strategia de comunicare în actualul context**, care a fost aprobată de conducerea ANAF. Având în vedere faptul că această criză sanitară se prelungește, **Strategia** este actualizată prin prezentul **Plan de comunicare**.

Obiective generale:

În plan extern: consolidarea transparenței prin comunicarea informațiilor în timp util, creșterea gradului de încredere a opiniei publice în serviciile ANAF și gestionarea eficientă a crizelor de imagine.

În plan intern: consolidarea culturii organizaționale, diseminarea rapidă în rândul angajaților ANAF a informațiilor privind măsurile de sănătate publică adoptate de Agenție.



Obiective specifice:

Comunicarea externă se va concentra pe informarea constantă și accesibilă a publicurilor țintă cu privire la serviciile și rezultatele ANAF, creșterea gradului de încredere în ANAF și, implicit, a gradului de conformare voluntară, creșterea gradului de utilizare a serviciilor de la distanță de către contribuabili, în procesul de migrare a acestora în mediul online.

Comunicarea internă va urmări să sprijine mecanismul de coordonare a activităților de informare, să mențină un grad ridicat de conformare a angajaților la mesajele privind măsurile de sănătate publică, să popularizeze în rândul angajaților cursurile de formare profesională desfășurate online.



Obiectivele concrete ale Planului de comunicare pentru următoarele 18 luni:



Îmbunătățirea comunicării externe

Creșterea transparenței

Limitarea răspândirii infecției cu noul Coronavirus

Grupuri țintă:



Contribuabili - persoane fizice,
persoane juridice

Reprezentanți ai **mediului de
afaceri**

Formatori de opinie

Mass media

Alte instituții, autorități

Canalele prin care vor fi atinse grupurile țintă:



- convorbiri directe;
 - scrisori sau e-mailuri;
 - videoconferințe;
 - newsletter intern;
 - publicații online, presă scrisă, radio, TV
- social media - utilizarea paginii de FACEBOOK a instituției

Acțiuni în vederea îndeplinirii Obiectivelor concrete ale Planului de comunicare pentru următoarele 18 luni:

1. Îmbunătățirea comunicării externe:

- Reconfigurarea portalului www.anaf.ro - mai atractiv, mai prietenos cu utilizatorii
- Promovarea Formularului de contact
- Promovarea Serviciului Spațiul Privat Virtual
- Promovarea serviciului Programare online
- Promovarea digitalizării ANAF (SAFT, e-facturare, conectarea caselor de marcat etc)
- Combaterea evaziunii fiscale
- Creșterea gradului de conformare
- Promovare Calendar fiscal
- Promovarea desfășurării online a audiențelor
- Transmiterea unor mesaje de mulțumire pentru contribuabilii care au făcut eforturi în această perioadă și și-au achitat obligațiile fiscale

Acțiuni în vederea îndeplinirii Obiectivelor concrete ale Planului de comunicare pentru următoarele 18 luni:

1. Îmbunătățirea comunicării externe:

- Activități de comunicare speciale, dedicate PORV:
 - colaborarea cu echipele de proiecte speciale ale PORV, în vederea stabilirii de acțiuni concrete de comunicare a activităților acestora
 - asigurarea de suport direcțiilor de specialitate (DGAC și DGRCCB) în vederea transiterii prin SPV de informări personalizate contribuabililor care figurează cu obligații de plată restante și contribuabililor care figurează cu activitatea suspendată în vederea informării acestora cu privire la obligațiile fiscale ce le revin în eventualitatea reluării activității
 - Proiect 20 RO 03 - Proiect de conformare în zona impozitului de venit
 - Stimularea conformării voluntare

1.12. Activități de comunicare speciale, dedicate Programului de recuperare a arieratelor

- mediatizarea măsurilor pentru realizarea activităților din programul de recuperării de arierate, transmiterea de comunicate de presă înaintea transmiterii de scrisori către contribuabili
- mediatizarea facilităților fiscale ce se adresează contribuabililor care au acumulat arierate
- mediatizarea sub o formă mai atractivă a anunțurilor de valorificare publicate de ANAF pe pagina de Facebook dedicată valorificării de bunuri
- comunicarea în termeni simpli a modificărilor legislative adoptate pentru facilitarea accesării eșalonării la plată clasice

Planul de prevenire și combatere a evaziunii fiscale:

- campanii de informare a presei și a publicului larg în perioada premergătoare intensificării activităților vizate de controalele inspectorilor fiscali
- informarea presei și a publicului larg cu privire la constatările acțiunilor din spectrul preventiv, derulate de ANAF, în cazurile în care acestea indică săvârșirea unor fapte de evaziune fiscală și comunicarea rezultatelor controalelor fiscale (prejudicii considerabile).
- campanii de informare cu privire la consecințele săvârșirii faptelor de evaziune fiscală, atât asupra persoanelor fizice identificate că au săvârșit fapte de evaziune fiscală cât și a efectelor negative în plan social
- în vederea creșterii conformării voluntare, în rândul persoanelor fizice din grupul PFAM, privind obligativitatea declarării veniturilor din străinătate, se vor derula campanii de informare în social media, cu sprijinul Ambasadelor și Consulatelor României.
canale de comunicare utilizate: email mass media, social media, whatsapp comunicatori teritoriu

2. Creșterea transparenței



- Dialog cu mass media

- Dialog direct cu mediul de afaceri



- Publicarea strategiilor elaborate de ANAF la secțiunea Transparență decizională pentru consultare publică

3. Activități de comunicare specifice Strategiei ANAF 2021 - 2024

Comunicarea ANAF va susține îndeplinirea obiectivelor instituționale prin campanii media adecvate, care să conducă la îndeplinirea obiectivelor Strategiei ANAF 2021 – 2024

Obiectivul I

ÎMBUNĂTĂȚIREA SERVICIILOR OFERITE

Dezvoltarea unei relații de parteneriat cu contribuabilii pentru serviciile prestate

Obiectivul III

PREVENIREA ȘI COMBATEREA EVAZIUNII FISCALE

ANAF - o organizație ce vine în sprijinul conformării contribuabililor și al menținerii unui mediu economic echitabil

Obiectivul II

SOLUȚII DIGITALE INTEGRATE

Transformarea digitală a ANAF prin soluții digitale integrate, care utilizează la maximum datele și informațiile disponibile.

Obiectivul IV

EFICIENȚĂ ȘI TRANSPARENȚĂ

Transformarea ANAF într-o instituție solidă, modernă și de încredere

3. Activități de comunicare specifice Strategiei ANAF 2021 - 2024

Serviciul Comunicare, Relații Publice și Mass Media va susține prin acțiuni specifice îndeplinirea indicatorilor asumați prin Strategia ANAF 2021 – 2024.



CREȘTEREA PONDERII VENITURILOR COLECTATE ÎN PIB,
DIN PERSPECTIVA ADMINISTRĂRII FISCALE CU 2,5%, PÂNĂ
LA FINALUL ANULUI 2024



SCĂDEREA DECALAJULUI FISCAL LA TVA CU PÂNĂ LA 10%, ÎN
PERIOADA 2021-2024

3. Limitarea răspândirii infecției cu noul Coronavirus



■ Interacțiuni la distanță

- promovarea tuturor canalelor de interacțiune la distanță cu Agenția Fiscală: comunicate de presă difuzate în teritoriu, spot video difuzat pe display-urile tuturor administrațiilor fiscale

■ Comunicare internă

- diseminarea, prin rețeaua internă de email și prin INTRANET, a informațiilor referitoare la măsurile de sănătate publică

- transmiterea Newsletter ANAF

- transmiterea de mesaje de încurajare, motivare și susținere ale conducerii ANAF pentru angajați

