

COMMERCIALISTI NEL WEB

Conclusi i lavori della giuria. Due i siti vincitori della prima edizione del concorso lanciato attraverso le pagine di Summa

Il concorso “Commercialisti nel Web” ha i suoi primi vincitori: allo Studio Masson di Belluno, è andato il primo premio e allo Studio Crisci di Carsoli (AQ) il premio speciale e-work. Nella prima fase di valutazione, la giuria ha esaminato un’ottantina di candidature, presentate direttamente o segnalate dagli utenti dei siti. Un lavoro abbastanza impegnativo per poter scremare prima di tutto i “siti vetrina” che, seppure dalla grafica accattivante, non hanno superato l’esame perché si sono rivelati “siti vetrina” oppure avevano contenuti non aggiornati.

Predisporre un sito internet è ormai alla portata di tutti e soprattutto di molte tasche: si possono scegliere soluzioni costruite in base a *software* proprietari oppure *open source*. Si possono anche scegliere soluzioni *self made* oppure lasciate alla professionalità di chi sviluppa per mestiere siti nel web. Ma la vera differenza la fa chi è in grado, dopo essere entrato nella rete, di mantenere un sito internet. Non c’è nulla di peggiore di un sito internet non aggiornato: è come entrare in una bottega e vedere le merci impolverate. Con la differenza che se nella bottega possiamo essere affascinati dall’incontro con diretto con il proprietario che ci incanta con la sua genialità, in un sito internet è difficile far risaltare queste caratteristiche, soprattutto in periodi come questo, dove le novità si susseguono alla velocità dei comunicati stampa congiunti smentiti nel giro di poche ore. Ma questa è un’altra storia.

Nella prima fase di lavoro, la giuria ha valutato alcuni elementi ritenuti essenziali dei siti. Verificare infatti la frequenza e la qualità di aggiornamento e le informazioni gratuite è stato necessario per comprendere il grado di aggiornamento e di affidabilità delle informazioni fornite. Non è detto che nel web tutto debba essere gratis, ma alcune informazioni devono poter essere condivise.

Ulteriore elemento di valutazione è stata la disponibilità di informazioni originali e non semplici riproposizioni di risorse elaborate da altri.

La valutazione delle soluzioni tecniche adottate nelle aree riservate si è resa necessaria per capire quanto le aree riservate lo sono realmente. L’area riservata dello Studio Masson per esempio è basata sul *secure socket layer* (SSL) che, allo stato attuale della tecnica, è uno standard utilizzato per rendere sicura la trasmissione di dati riservati tra utenti e sito web.

E’ stata valutata la possibilità di scaricare dal sito modulistica e documentazione messa a disposizione degli utenti perché questo qualifica il sito al rango di strumento interattivo di comunicazione.

Ovviamente un grande peso assume l’utilizzo di tecnologie considerate attuali e, perché no, *open source*, altro elemento che connota i siti più aperti alla condivisione delle informazioni.

Infine, ma non per importanza, è stata posta attenzione anche al grado di indicizzazione del sito nei principali motori di ricerca: una caratteristica della quale spesso ci si dimentica.

Solo una quindicina di siti hanno potuto accedere alla seconda fase di valutazione. Da questo si comprende che lo spazio di miglioramento è ancora molto ampio e che forse non si è ancora posta la necessaria attenzione alle potenzialità del web applicabili alle professioni contabili. Il problema forse è generato dalla mancanza di adeguate risorse all’interno degli studi perché le “risorse di sistema” sono assorbite da una quantità smodata di novità che giungono giornalmente sulle nostre scrivanie.

Nella seconda fase di valutazione l’attenzione della giuria è andata sui servizi realmente offerti, sull’usabilità e l’accessibilità al sito, la corrispondenza del contenuto del sito con gli obiettivi

annunciati dal sito web. Da ultimo, ma non per importanza, uno sguardo attento è stato dato alla strutturazione dell'intero sito per giudicare l'originalità e la forza suggestiva.

Secondo il parere della giuria, il sito dello Studio Masson mostra, seppure nella linearità del suo aspetto grafico, molte delle caratteristiche utilizzate per analizzare i siti in concorso.

Ha sicuramente colpito l'utilizzo di tecnologie *open source* e l'utilizzo di risorse proprie dello studio che denotano quasi una passione verso questo sistema di comunicare la professione e di comunicare con la clientela. L'efficacia della navigazione (l'utente sa sempre in quale punto del sito si trova) la già citata adozione del sistema di sicurezza SSL per la gestione dell'area riservata ha fatto cadere ogni dubbio sul vincitore della prima edizione.

Questa la motivazione ufficiale:

*“per aver saputo valorizzare il rapporto con gli utenti
utilizzando le risorse open source disponibili nel web.
Il sito si contraddistingue per l'essenzialità della forma
e l'efficacia della navigazione,
senza trascurare la sicurezza delle aree riservate”*

Lo Studio Crisci, premiato con il premio e-work, mostra un sito con una grafica per certi versi più accattivante dello Studio Masson. Ma è basato su di una filosofia diversa: chi accede al sito può vedere un servizio di rassegna stampa continuamente aggiornato, una serie di link molto utili all'utente perché rimandano ai più importanti siti istituzionali. Così come è possibile giungere facilmente alla modulistica messa a disposizione sempre dai siti istituzionali. La navigazione è semplice e permette di accedere anche a *software* fruibili dagli utenti dello studio per poter inviare, i dati contabili e paghe allo studio e quindi ricevere i relativi elaborati.

Questa la motivazione ufficiale:

*“per l'utilizzo appropriato della tecnologia,
la frequenza di aggiornamento delle informazioni per la clientela,
la cura del loro contenuto e
la condivisione dei documenti con i clienti dello studio”*

Cosa riserverà la prossima edizione del concorso “Commercialisti nel Web”? Sicuramente delle novità nella giuria, perché l'unificazione degli ordini professionali dei dottori commercialisti e dei ragionieri porterà nuove presenze nel collegio. Forti della prima esperienza si potrà affinare e migliorare la griglia utilizzata per valutare i candidati, soprattutto perché internet non è un mondo statico ma in continua evoluzione. Un'evoluzione destinata ad aumentare l'interattività dei siti per migliorare il rapporto studio-cliente e il valore aggiunto che un sito web può apportare nel lavoro giornaliero.