


Lundquistsrl GT my talk my preferences my watchlist my contributions log out

  
**WIKIPEDIA**  
*The Free Encyclopedia*

navigation

- Main page
- Contents
- Featured content
- Current events
- Random article

search

interaction

- About Wikipedia
- Community portal
- Recent changes
- Contact Wikipedia
- Donate to Wikipedia
- Help

toolbox

- What links here
- Related changes
- Upload file
- Special pages
- Printable version
- Permanent link
- PDF version

create a book

- Add page to book
- Books help

project page discussion edit this page history watch

### Wikipedia:Wikipedia Signpost/2009-06-08/In the news

From Wikipedia, the free encyclopedia  
< Wikipedia:Wikipedia Signpost | 2009-06-08

# The Wikipedia Signpost

— CURRENT ISSUE In the news

## ArbCom in the news, weak coverage of Italian firms, and more

By Tarheel95, Cryptic C62, and Ragesoss, 8 June, 2009

### Reactions to ArbCom decision

In a recent issue, *The Signpost* reported on the Arbitration Committee's decision to block the Church of Scientology and some of its critics from editing Wikipedia. Media outlets have continued to report on this case. The Los Angeles Times reported that Karin Pouw, a spokesperson for the church, reacted positively to the critics being banned and did not complain about the church being banned. Technology and information bloggers are concerned that Wikipedia is stifling free speech and that this decision sets a precedent for blocking other major organizations. Robert Cringely of InfoWorld sarcastically commented on the abuse of Wikipedia to improve the public appearance of the Church of Scientology and other large organizations. NetEffect criticized the block as being a temporary solution and suggested the increased implementation of WikiTrust and Flagged Revisions.

The first segment on *The Colbert Report* for 4 June was about the Scientology arbitration decision. Colbert mocked the usernames of arbitrators Carcharoth, FloNight, Newyorkbrad, and Wizardman, and said "They're just like the Supreme Court, only their robes are bathrobes."

Noam Cohen of *The New York Times* puts the decision in broader context in "The Wars of Words on Wikipedia's Outskirts", and another Wikipedian, William Beutler, weighs in with a blog post.

### Daily Mail and The Independent cover ArbCom resignation, badly

As covered in the *Signpost*, arbitrator Sam Blacketer—the alias of David Boothroyd—resigned from the Arbitration committee recently. An error-filled article on Boothroyd's Wikipedia work appears in *The Daily Mail*. "Labour councillor David Boothroyd caught altering David Cameron's Wikipedia entry". Charles Matthews lists some of the problems:

“ Here's what else [in addition to stating that Boothroyd was "forced to resign"] is wrong with the Mail's coverage, though:

- "malicious tampering"

Handily assumes what it sets out to prove.

- "Any Internet user can alter pages but Wikipedia appoints supposedly impartial and unpaid moderators to review and correct changes."

Total myth.

- "sock-puppeting - using multiple, bogus online identities to create an illusion of support or unpopularity for a person or organisation."

"Bogus" is misleading journalese. "Pseudonymous", please. And they have mixed in the definition astroturfing.

- "Wikimedia UK, the British arm of the U.S. company"

Wrong.

”

Another misleading article appears in *The Independent*: "Wikipedia 'sentinel' quits after using alias to alter entries".

### Study of English Wikipedia coverage of Italian companies

Wikipedia's coverage of the 40 largest Italian companies is examined in a new Lundquist Wikipedia Research study published on Scribd. According to the executive summary, "Out of a maximum of 18 points for completeness of information, the average company article scored 8.4." Scores ranged from 17 for Fiat (the top Italian company), to 0 for the #40 company Snam Rete Gas. The report includes tips for companies to engage with Wikipedia without triggering negative reactions from the community.

### New Zealand MP's staffer blocked

Stuff.co.nz reports that a New Zealand Parliament IP was blocked after attempts by a staffer for New Zealand MP Peseta Sam Lotu-liga to remove material from the MP's Wikipedia article. Asked for comment, Lotu-liga described Wikipedia as "an open forum for people to sabotage or write remarks about politicians".

### Briefly

- The *Times Colonist* reports vandalism: "Wikipedia prankster ridicules Metchosin 'hicks'". Unlike most vandalism stories, in this case the bad edits to Metchosin, British Columbia were not corrected until after the article was published.
- A "Wikipedia for porn" called *Carnalpedia* officially launched this week. It describes itself as complementary to Wikipedia, covering sex topics that have no place on Wikipedia.

← Previous "In the news"

Next "In the news" →

### In this issue

- News and notes
- Features and admins
- Arbitration report
- In the news
- Technology report

Feedback About Subscribe Archives Single-page Newsroom



This page was last modified on 16 June 2009 at 13:25. Text is available under the Creative Commons Attribution/Share-Alike License; additional terms may apply. See Terms of Use for details. Wikipedia is a registered trademark of the Wikimedia Foundation, Inc., a non-profit organization. Privacy policy About Wikipedia Disclaimers



Quotidiano d'informazione su Telecomunicazioni, Media e Internet
Fondato e diretto da Raffaele Barberio



KNOWLEDGE FOR BUSINESS

Con le nostre soluzioni gestire tutti i tuoi documenti diventerà veramente facile.

Facile come fare

Ctrl P

Scopri come >>



SAMSUNG

Chi siamo
Prodotti
Pubblicità
Mappa del sito
Scrivici
Credits

- Home
- Telecoms
- Media
- Internet
- Tecnologie
- Net economy
- e-Commerce
- e-Government
- e-Learning
- e-Health
- e-Security
- e-Society**
- Privacy
- Policy
- Archivio
- Players
- Analisi e Dati
- Dailyletter

## News

Internet > e-Society

Iscriviti alla DailyLetter

### Le aziende italiane su Wikipedia: c'è ancora molto da imparare. Solo Fiat (quasi) a pieni punti nella lista dei brand meglio rappresentati

Mondo

L'enciclopedia online **Wikipedia**, con i suoi 60 milioni di visitatori al mese, è ormai globalmente riconosciuta come una delle più importanti fonti di informazione dell'era internet, in grado di canalizzare sulle sue pagine l'8% del traffico internet mondiale.

Wikipedia - che ha saputo guadagnare nel corso degli anni fama di indipendenza e affidabilità nonostante diversi "incidenti" abbiano rischiato di minare la fiducia degli utenti - rappresenta anche uno strumento molto importante per le **aziende** che vogliono guadagnare visibilità: se si cercano su **Google** informazioni relative a noti marchi commerciali, la loro descrizione su Wikipedia risulterà in cima alla lista dei risultati. Il sito si rivela dunque un alleato estremamente importante, con un ruolo chiave per migliorare la percezione e la reputazione di un'azienda.

Eppure, secondo una ricerca realizzata da **Lundquist**, le aziende italiane, tranne poche eccezioni, ancora non hanno compreso l'importanza di una presenza su Wikipedia dettagliata e articolata: Anche se - sottolinea la ricerca - tutte le **40 maggiori compagnie italiane quotate in borsa** hanno articoli dedicati su Wikipedia (tranne Snam Rete Gas, che rimanda a un articolo Eni) la quantità di informazioni è generalmente limitata. Se la massima completezza delle informazioni equivale a un punteggio di 18 punti, la media italiana è di 8,4, contro una media mondiale di 16,1. In cima alla lista troviamo **Fiat** (17 punti) e **Pirelli** (15), seguite da **Eni**, **ST Microelectronics**, **UniCredit Group**, **Finmeccanica** e **Mondadori**, tutte con 14 punti. Mediaset si piazza al 14° posto con 11 punti e Telecom Italia al 20° con 10 punti. Sorprende che marchi di alto profilo internazionalmente riconosciuti come Bulgari, Luxottica o Geox non siano stati altrettanto pronti a cogliere le opportunità di visibilità garantite da Wikipedia e siano finiti, insieme a **Fastweb** e **Seat** **Pagine Gialle** nelle zone basse della classifica.

La ricerca di Lundquist non prende in esame la **precisione delle informazioni**, ma la presenza delle aziende italiane sulla versione in inglese di Wikipedia e la qualità della presentazione sulla base di criteri quali il numero di articoli presentati, le notizie in essi contenute e la loro popolarità nelle pagine viste. Allo stesso modo sono state valutate anche le prime 20 compagnie dell'indice FT 500. Per valutare la copertura di Wikipedia in relazione ad altre enciclopedie, Lundquist ha anche confrontato la presenza di queste aziende sull'**Encyclopaedia Britannica** su **Encarta** di Microsoft.

Tutte le aziende italiane hanno almeno una voce su Wikipedia. In confronto, solo 4 vengono citate sull'Encyclopaedia Britannica e 2 su Encarta. Certo, sottolinea ancora Lundquist, i **rischi** di comparire su Wikipedia ci sono, e sono legati alla natura aperta del sito e al fatto che spesso le aziende si avvicinano al sito senza averne ben chiare le policy: succede spesso, dunque, che le aziende stesse provino a redigere la propria presentazione. Ma questi tentativi vengono prontamente smascherati e, se appresi dalla stampa - come spesso succede - non resta che cattiva pubblicità. Potrebbero anche verificarsi tentativi di **sabotaggio** da parte di aziende concorrenti, come è successo nel 2005, quando un dipendente della casa automobilistica americana **Ford** modificò la presentazione della Dodge Rampage (prodotta dalla rivale **Chrysler**), sostenendo che la macchina fosse "brutta e impopolare".

Eppure, nonostante queste manipolazioni, Wikipedia è più che mai popolare e riconosciuta - il 75% dei giornalisti economici, degli analisti e degli investitori confermano di utilizzarla come fonte d'informazione - e per questo vale la pena raccogliere la sfida.

Per vincerla, sottolinea però James Lundquist, le aziende italiane devono *"cambiare la loro idea di relazioni pubbliche, per orientarsi verso un approccio che parli non più ai singoli individui nei tradizionali mezzi di comunicazione, ma direttamente alle comunità, delle quali, però, bisogna conoscere regole, dinamiche e cultura"*.

Nel caso specifico di Wikipedia, questo vuol dire innanzitutto evitare di curare da soli i propri articoli, tranne per aggiornare statistiche facilmente verificabili, e quindi fornire ai redattori foto libere da copyright da usare nella presentazione e link appropriati dove reperire informazioni supplementari.

Fiat, che non a caso è la prima azienda italiana in lista, tutto questo lo ha fatto: ha cercato attivamente il dialogo con i redattori delle proprie pagine e ha fornito loro assistenza. Il risultato, dice Lundquist, è *"l'articolo più completo e più visto della nostra indagine"* e ciò dimostra che le grandi aziende - soprattutto, ma non solo, quelle di respiro internazionale - *"non dovrebbero avere paura di parlare alla community di Wikipedia"*.

Se l'approccio è quello giusto e le compagnie dimostrano di voler collaborare, insomma, *"saranno le benvenute"* su Wikipedia, conclude Lundquist, sottolineando che la cosa più importante che le aziende devono comprendere è che la presenza su Wikipedia *"può dare impulso al loro profilo internazionale"*.

Nata nel 2001 e redatta in modo collaborativo da volontari alla maniera wiki (in hawaiano significa veloce) Wikipedia è sostenuta dall'organizzazione non-profit Wikimedia Foundation ed è attualmente pubblicata in circa 250 lingue differenti (di cui circa 180 attive, quella in inglese è quella col maggior numero di voci) con voci sia sugli argomenti propri di una tradizionale enciclopedia, sia su quelli di almanacchi, dizionari geografici e di attualità. L'edizione in lingua italiana a fine maggio 2009 contava 571.419 voci. Con 389.936 utenti attualmente registrati.

**Portabilità del numero: Agcom ricorrenza al Consiglio di Stato contro nuovo stop del Tar Lazio alla delibera 78/08**  
L'Agcom farà ricorso al Consiglio di Stato contro la decisione del...

**Vivendi punta al Brasile: offerta di acquisto amichevole da 2 mld di euro per CVT**  
Il gruppo francese Vivendi ha annunciato l'intenzione di lanciare un'offerta di acquisto amichevole...

**La carica degli smartphone: Vodafone e RIM annunciano il lancio del BlackBerry Curve 8520 sul mercato italiano**  
Vodafone Italia e Research In Motion (RIM) annunciano oggi il lancio del...

**Ostacoli alla portabilità e pratiche di retention ingannevoli: nuova pioggia di multe per gli operatori telefonici italiani**  
Nuova pioggia di multe per gli operatori telefonici italiani...

**GSMA Initiative Helps Save Lives and Create Safer Roads for European Citizens**  
The GSMA, the body representing the worldwide mobile communications industry, today signed a Memorandum...

**Satelliti & Co: futuro in forte crescita. Berretta (Eutelsat), "Rinnovo ed espansione della flotta, sicurezza, broadband e servizi mobili"**  
Il mercato dei satelliti e servizi satellitari...

**New Media: il futuro è parte domani il ciclo di incontri voluti da Telecom Italia, Fondazione Romaeuropa e Wired**  
Si apre domani 10 settembre alle ore 18 presso l'Opificio...

Oggi

Giovedì 10 Settembre 2009  
S. Nicola da Tolentino

Ultimo aggiornamento

Giovedì 10 Settembre 2009  
ore 10:07



**L'ITALIA DEGLI INNOVATORI**  
ESPOSIZIONE UNIVERSALE DI SHANGHAI 2010

Ultime notizie



**Intervista a Gaetano Blandini**  
D.G. Cinema - MiBAC

**SUPERCOMTV**

le persone

le istituzioni

www.supercom.tv

Organizzazione di



**da mercanti di bugie a innovatori della conoscenza**

il futuro nelle nostre mani

Key4biz on Facebook

Become a Fan

Riteglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile

Lundquist S.r.l. - Piazza XXV aprile 1, 20121 Milan, Italy - Tel +39 02 4547 7682 - info@lundquist.it

[Subscribe to feed](#)[Home](#) [About](#) [Careers](#) [Networks](#) [Events](#) [Partners](#) [Join/Contact](#)

*The **Geneva Communicators Network** is a platform to exchange views, news and information for communication professionals working in the Geneva region, Switzerland. Currently the network has over 400 members including professionals from the PR, communications, media and marketing fields, [more info](#)>>*

#### EVENT PHOTOS

[More Photos](#)

#### CATEGORIES

[Articles](#)[Blogroll](#)[General Communications](#)[Geneva Communications](#)

## Wikipedia: a new frontier in PR

June 9, 2009 in [Articles](#) | Tags: [new media](#), [online communications](#), [public relations](#), [research](#)

Wikipedia is one of the World's most important sources of information online, accounting for 8% of global internet traffic with around 60 million unique visitors a month. As such, it can play an important role in managing a company's public perception and reputation – but recent research has revealed that firms are failing to actively manage these challenges and capitalise on the available opportunities.

The study by Lundquist, an international strategic communications consultancy, looks at how Italian companies are featured on Wikipedia and forms part of its research series examining how companies are taking advantage of new trends in web communications.

The study found that, despite having dedicated Wikipedia articles, information on most major Italian companies is generally limited, scoring on average just 8.4 out of a possible 18 points for completeness. One reason could be that companies have been scared off engaging with online communities following a variety of scandals involving corporate manipulation of Wikipedia articles.

Effective public relations with online communities has had proven success, however. Fiat, for example, has achieved high viewing figures for its corporate information on Wikipedia as a result of engaging directly with the site's editors.

"The most important thing for companies is to realise that Wikipedia can boost their international profile," said Joakim Lundquist, founding partner of Lundquist Srl.

Tips from the report include:

- Respect the Wikipedia community and understand how the site works
- Only edit the verifiable facts in your article, such as no. of employees.
- Make copy-right free images and media available for Wikipedia
- Use discussion pages to interact with Wikipedia editors and express opinions
- Monitor your Wikipedia article for updates and vandalism.

For more about the study and its findings, [download the Executive summary](#) >

Melitta