

# Lundquist Research Series Wikipedia Italia 2011

8 marzo 2012

La terza edizione della ricerca Lundquist sulla copertura di Wikipedia delle maggiori aziende italiane, mostra un leggero miglioramento nella qualità dell'informazione rispetto alla precedente edizione. Tuttavia le pagine su molte aziende rimangono trascurate o completamente ignorate dalla comunità di Wikipedia. Le pagine migliori si sono rivelate essere quelle su Luxottica, Fiat spa e Pirelli.

Nonostante Wikipedia, la libera enciclopedia online, sia il quinto sito più visitato al mondo, informazioni di qualità e aggiornate sono disponibili solo sulle voci di una ristretta cerchia di note aziende nazionali, mentre nel resto degli articoli sulle società, le informazioni non vanno oltre i dati di base e ad alcuni sintetici cenni su storia e notizie sul business. Questo è il principale risultato emerso dalla terza edizione della ricerca Lundquist Wikipedia Italia, **pubblicata in esclusiva su Economy**. Lo studio rivela inoltre che le pagine più complete – quelle su Luxottica, Fiat spa e Pirelli – sono quelle supportate da un maggiore numero di editor attivi, oltre che essere tendenzialmente anche le più visitate.

La qualità delle voci ha subito un leggero miglioramento rispetto alla precedente ricerca realizzata nell'aprile 2010, guidato soprattutto dallo sviluppo di pagine sulle società in alta classifica come **Luxottica, Intesa Sanpaolo, Pirelli e Telecom Italia**, oltre che da un aumento del numero di voci sulle aziende (da 57 presenti nel 2010 a 66 di questa edizione).

Il contesto italiano è caratterizzato da una copertura ancora scarsa di voci sulle società, 34 società tra le maggiori 100 società italiane non ha una pagina che le riguarda su Wikipedia. Gli articoli esistenti spesso forniscono informazioni limitate e non presentano dati essenziali come ad esempio quelli su profitti e ricavi, non presentano un elenco dei principali manager o informazioni su controversie e criticità delle attività.

«Wikipedia rappresenta una buona fonte di informazione solo su una ristretta cerchia di società», sostiene Giulia Dini, responsabile social media presso Lundquist. «La maggioranza delle persone che si rivolge a Wikipedia per cercare informazioni sulle principali aziende italiane si ritrova con voci troppo sintetiche o spesso non aggiornate e questo dovrebbe rappresentare una preoccupazione per tutti gli attori coinvolti».

Generalmente le società sono scoraggiate dal fare cambiamenti diretti all'interno delle voci che le riguardano, ma hanno comunque un ruolo nel supportare ed espandere la comunità di editor con l'interesse comune di migliorare la qualità degli articoli.

Conoscere  
le regole e la  
comunità sono  
elementi fondamentali  
per l'accesso  
delle società su  
Wikipedia

## Top 10 Wikipedia Italia 2011 (punteggio massimo = 25 punti)

1	Luxottica	18,75 punti
2	Fiat Spa	17,75
3	Pirelli & C.	15,75
4 =	Enel	14,75
4 =	Intesa Sanpaolo	14,75
6	Benetton Group	14,25
7 =	Eni	13,75
7 =	Telecom Italia	13,75
9	Prada	13,25
10	STMicroelectronics	13

## Wikipedia in pillole

5° sito più visitato al mondo

Oltre 400 milioni di visitatori al mese

Oltre 16 miliardi di pagine richieste

Alto posizionamento nei motori di ricerca. Il 61% del traffico di Wikipedia è ri-diretto da Google

Fonte: Wikimedia report card e Wikimedia Strategic Plan

## Come funziona la ricerca

La ricerca, giunta alla terza edizione in Italia, ha analizzato le pagine Wikipedia in lingua inglese durante il mese di dicembre 2011 delle 100 maggiori società per capitalizzazione.

Rispetto alla passata edizione 2010 il protocollo è stato rivisto ed ampliato andando a valutare informazioni più qualitative quali la frequenza di aggiornamento degli articoli, il numero degli editor che hanno contribuito alla voce e la presenza di alert e segnalazioni negative.

## Risultati della ricerca



La ricerca rivela che la comunità di Wikipedia svolge un buon lavoro di copertura delle informazioni solo per le più grandi e note aziende italiane, per il resto delle società le informazioni sono limitate o addirittura inesistenti.

Il panorama nazionale ha subito comunque un leggero miglioramento rispetto all'edizione passata della ricerca, **il punteggio medio è salito da 4,5 punti del 2010 a 6,2 su un totale di 25 punti** (pari al 25%); l'incremento è ancora maggiore se non vengono prese in considerazione le società con punteggio zero, cioè quelle senza una pagina.

### Aree critiche della ricerca

(dati escludendo le società senza una pagina)

L'80% delle pagine Wikipedia sulle aziende non presentano informazioni sull'area di **business servita** (nazionale o internazionale)

Solo il 20% fornisce il link ad una voce sulla **biografia dell'amministratore delegato** e il 22% del **presidente**

L'88% non ha informazioni sul **consiglio di amministrazione** né e sul **management**

Il 75% non presenta informazioni sui **principali azionisti**

L'83% non presenta informazioni sulle **controversie** e temi critici

Il 63% non presenta **foto** all'interno della voce

Solo l'11% presenta almeno **26 editor diversi** che hanno contribuito alla voce nel 2011 e solo il 9% ha avuto un **aggiornamento mensile** dell'articolo svolto almeno da **6 editor diversi** nell'ultimo quadrimestre

### Luci ed ombre

Il miglioramento della qualità delle informazioni è dovuto principalmente ai punteggi ottenuti dalle voci su società in alta classifica, la media delle top 10 di quest'anno è infatti salita da 12,6 del 2010 a 15 di quest'anno. All'estremo opposto però, ancora 34 tra le maggiori 100 società italiane non ha un articolo su Wikipedia.

Le pagine che hanno guadagnato più punti quest'anno sono quelle su **Luxottica** (+9) seguita da **Exor** (+ 8,5) e a pari merito da **Intesa Sanpaolo, Telecom Italia** e **Pirelli** (+ 7,25).

Questa situazione può essere spiegata dal fatto che le **pagine più complete** tendono anche ad avere un **numero maggiore di editor attivi**. Per esempio le prime tre voci in classifica (quelle su Luxottica, Fiat spa e Pirelli) hanno tutte almeno 26 editor che hanno contribuito all'articolo durante il 2011 e un aggiornamento mensile svolto almeno da 6 editor diversi nell'ultimo quadrimestre.

Un punto positivo evidenziato dalla ricerca riguarda la presenza delle pagine in diverse lingue: dei 66 articoli sulle società 30 sono presenti in almeno 4 lingue oltre all'inglese, mentre 35 in più di 4 e soltanto 1 è presente solo in lingua inglese. **Fiat** è la società con un maggior numero di pagine in lingue diverse (ben 48) seguita da **Prada** (36) e **Pirelli** (27).

### Best Improver (punteggio massimo = 25 punti)

*Luxottica* (+ 9 punti)

*Exor* (+ 8,5)

*Intesa Sanpaolo* (+ 7,25)

*Telecom Italia* (+ 7,25)

*Pirelli* (+ 7,25)

### Buchi nell'informazione

Guardando nel dettaglio al tipo di informazioni presentate all'interno delle voci sulle società, l'**infobox**, localizzato in alto a destra di ogni articolo, è la sezione più comune. Escludendo le società senza pagina, il 72% possiede infatti un infobox con informazioni di base come l'anno di fondazione, la sede, il numero di dipendenti.

Il **corpo** dell'articolo, quello in cui vengono presentate informazioni sostanziali sulla società invece ha raggiunto solo il 23% del punteggio massimo realizzabile, nonostante molte pagine presentino informazioni relative al business (39 su 66 società) e sulla storia (38), pochissime offrono informazioni sui principali manager e/o membri del consiglio di amministrazione (9) o sui principali azionisti (17).

### Le pagine Wikipedia delle società italiane più cliccate (dicembre 2011)

1	<i>Fiat Spa</i>	70.644 visite
2	<i>Prada</i>	29.973
3	<i>Luxottica</i>	12.283
4	<i>Benetton</i>	11.230
5	<i>Pirelli &amp; C.</i>	10.871
6	<i>Piaggio</i>	9.089
7	<i>STMicroelectronics</i>	8.699
8	<i>Eni</i>	8.443
9	<i>UniCredit Group</i>	8.362
10	<i>Acea</i>	7.622

Fonte: Wikipedia (dicembre 2011)

## Cosa significa per le società

È emerso chiaramente dai risultati della ricerca che Wikipedia è una buona fonte di informazione solo per quelle voci che sono supportate da una larga e attiva comunità di editor, ma questo al momento accade soltanto per una minoranza di società. Le informazioni sono infatti limitate per tutte quelle pagine su aziende con un modesto numero di editor.

«Le società devono imparare ad interagire con Wikipedia, ma devono farlo seguendo le regole», spiega Giulia Dini, «le aziende possono collaborare con l'enciclopedia libera, consapevoli che non deve essere trattata come l'estensione del proprio sito, ma piuttosto capendone gli obiettivi e imparando a relazionarsi con la sua comunità».

Esiste un pregiudizio diffuso sul fatto che le società non abbiano nessun ruolo all'interno di Wikipedia, in quanto il sito è user-generated. Anche se le aziende dovrebbero evitare di fare cambiamenti diretti all'interno delle voci che le riguardano, ci sono molti altri modi in cui possono interagire ed essere rappresentate all'interno dell'enciclopedia.

Lundquist ha sviluppato un modello di interazione con la comunità di Wikipedia, attraverso delle linee guida permette alle società di orientarsi all'interno dell'enciclopedia ed avere un ruolo attivo, partecipando all'aggiornamento della pagina insieme agli editori.

## Metodologia della ricerca

La ricerca Italiana fa parte di un più ampio studio che prende in considerazione le maggiori società per capitalizzazione svizzere, austriache, tedesche e le maggiori società europee appartenenti all'indice FTSE Euro top 100. Nell'analisi vengono valutate le versioni in inglese degli articoli per permettere il confronto fra paesi.

Le valutazioni sono state condotte nel periodo di dicembre 2011, i criteri considerano le informazioni pubblicate ed il modo in cui vengono presentate. Il controllo della veridicità delle informazioni pubblicate andava al di là dello scopo della ricerca. Il protocollo di valutazione è composto da 30 criteri suddivisi in tre aree.

### Lundquist protocollo di analisi Wikipedia

1	Info box	4 punti
2	Caratteristiche della pagina	10
3	Sezioni della pagina	11
	Penalty point	-1
<b>Totale</b>		<b>25</b>

Le tre sezioni della ricerca:

- **Info box** – La prima parte del protocollo ha valutato le informazioni incluse nell'infobox sul lato destro della pagina, tra cui la presenza del logo e di informazioni generali sulla società tra cui l'anno di fondazione, la sede generale, il numero di dipendenti, settore e area geografica servita.
- **Caratteristiche della pagina** – La seconda sezione ha analizzato le funzioni che migliorano la navigazione attraverso l'enciclopedia e collegano tra loro le diverse voci attraverso associazioni. Sono stati assegnati punti per la presenza di fotografie e di note che permettano rapidamente di verificare l'autorevolezza delle informazioni. Sono inoltre stati inseriti criteri qualitativi che vanno a valutare la frequenza degli aggiornamenti e il numero degli editori che contribuiscono alle pagine.
- **Sezioni della pagina** – La terza parte ha ricercato le informazioni nel corpo principale del testo. Il protocollo ha preso in esame diversi temi, dalla storia della società alle strategie di business, le informazioni sui principali azionisti e manager, la CSR e lo sviluppo del marchio. Anche l'uso di tabelle e grafici per facilitare la presentazione delle informazioni è stato valutato.
- **Penalty point** – Quest'anno è stato introdotto anche una penalità di punteggio assegnato a quelle voci che all'interno presentano delle segnalazioni di tipo negativo (come gli alert di non neutralità della voce), ma anche di mancanza di fonti o necessità di ampliamento di contenuti.

### Order the report

Lundquist ha sviluppato un modello di interazione con la comunità di Wikipedia, attraverso delle linee guida permette alle società di orientarsi all'interno dell'enciclopedia ed avere un ruolo attivo, partecipando all'aggiornamento della pagina insieme agli editori. Un'analisi strutturata fornisce il quadro della situazione e individua un piano di azione personalizzato. Per maggiori informazioni e per ordinare una copia del report di approfondimento su come interagire con la comunità di Wikipedia, contattateci agli indirizzi sotto indicati.

### Lundquist

Lundquist è una società di consulenza strategica specializzata nella comunicazione corporate online, con una forte expertise nella comunicazione dei contenuti finanziari, CSR, Employer Branding e social media. La società rappresenta la società di consulenza svedese Halvarsson & Hallvarsson in Austria, Italia e Svizzera. Questo documento fa parte della serie di ricerche Lundquist sui social media.

Per ulteriori informazioni visitare il sito [www.lundquist.it](http://www.lundquist.it) o i canali social media Lundquist:

 [youtube.com/user/Lundquistsrl](https://www.youtube.com/user/Lundquistsrl)

 [facebook.com/LundquistSrl](https://www.facebook.com/LundquistSrl)

 [slideshare.net/Lundquistsrl](https://www.slideshare.net/Lundquistsrl)

### Contatti

#### Giulia Dini

Head of Social Media  
[giulia.dini@lundquist.it](mailto:giulia.dini@lundquist.it)  
 Tel: (39) 02 4547 7681 / 2  
 Twitter: @giuliadini  
 G+: Giulia Dini



#### Joakim Lundquist

Founding partner  
[joakim.lundquist@lundquist.it](mailto:joakim.lundquist@lundquist.it)  
 tel: (39) 02 4547 7681  
 Twitter: @JoakimLundquist

#### Sara Rusconi

Head of Web Consultancy  
[sara.rusconi@lundquist.it](mailto:sara.rusconi@lundquist.it)  
 tel: (39) 02 4547 7681  
 Twitter: @sarusconi

## Lundquist Wikipedia Italia 2011

2011 Position	Company	2011 Score	2010 Score
1	<i>Luxottica</i>	18,75	9,75
2	<i>Fiat SpA</i>	17,75	13,5
3	<i>Pirelli &amp; C</i>	15,75	8,5
4	<i>Enel</i>	14,75	12,5
5	<i>Intesa Sanpaolo</i>	14,75	7,5
6	<i>Benetton</i>	14,25	16,25
7 =	<i>Eni</i>	13,75	12,75
7 =	<i>Telecom Italia Group</i>	13,75	6,5
9	<i>Prada</i>	13,25	n.a.
10	<i>STMicroelectronics</i>	13	n.a.
11	<i>Mediaset</i>	12,75	10
12	<i>RCS MediaGroup</i>	12,50	10
13	<i>Parmalat</i>	12,25	10
14	<i>Mondadori</i>	12	12,25
15	<i>Finmeccanica</i>	11,75	11
16 =	<i>Hera</i>	11,50	11,5
16 =	<i>Piaggio</i>	11,50	10
18	<i>Salvatore Ferragamo</i>	11,25	n.a.
19 =	<i>Assicurazioni Generali</i>	11	11,5
19 =	<i>Erg</i>	11	9,5
21 =	<i>UniCredit Group</i>	10,75	11,75
21 =	<i>Enel Green Power</i>	10,75	n.a.
23	<i>Impregilo</i>	10,25	11
24 =	<i>Saras</i>	10	7,75
24 =	<i>Italcementi</i>	10	10,5
24 =	<i>Safilo Group</i>	10	9
27 =	<i>Saipem</i>	9,75	8
27 =	<i>Mediobanca</i>	9,75	8,5
27 =	<i>Banca Monte dei Paschi di Siena</i>	9,75	10
27 =	<i>A2A</i>	9,75	10,5
27 =	<i>Autogrill</i>	9,75	8
32	<i>Ansaldo STS</i>	9,25	10,5
33 =	<i>Terna</i>	9,25	5,5
33 =	<i>Geox</i>	8,75	7,5
35 =	<i>Campari Group</i>	8,75	9,5
35 =	<i>CIR</i>	8,50	5,5
37 =	<i>Exor</i>	8,50	0
37 =	<i>Edison</i>	8,50	9
37 =	<i>UBI Banca</i>	8,50	6,5
37 =	<i>Yoox</i>	8,50	n.a.
41 =	<i>Banca Popolare di Milano</i>	8,25	8
41 =	<i>Astaldi</i>	8,25	10,5
43 =	<i>Prysmian</i>	7,75	5,5

2011 Position	Company	2011 Score	2010 Score
43 =	Mediolanum	7,75	5,25
45	Tod's Group	7,50	4
46 =	Tenaris	7,25	n.a.
46 =	Unipol Gruppo Finanziario	7,25	5,5
46 =	Fondiaria SAI	7,25	5
49 =	Fiat Industrial	7	n.a.
49 =	Indesit	7	7,25
51 =	Atlantia	6,75	5,5
51 =	Buzzi Unicem	6,75	5,5
51 =	Gruppo Editoriale L'Espresso	6,75	7,75
54	Banco Popolare	6,50	5,5
55 =	Lottomatica	6,25	5,5
55 =	Azimut Holding	6,25	0
55 =	Brembo	6,25	6,5
58 =	Sorin	5,50	3
58 =	Maire Tecnimont	5,50	0
58 =	Telecom Italia Media	5,50	0
61	Banco di Sardegna	5,25	0
62 =	DeLonghi	4,75	1
62 =	Falck Renewables	4,75	0
64	Milano Assicurazioni	4	3,5
65	Danieli	3,50	3,5
66	Banco Desio e della Brianza	2	0
66-100	ACEA	0	0
66-100	Amplifon	0	0
66-100	Ascopiave	0	0
66-100	Autostrada Torino-Milano	0	0
66-100	Banca Carige	0	0
66-100	Banca Generali	0	0
66-100	Banca Intermobiliare	0	0
66-100	Banca Popolare dell'Emilia Romagna	0	0
66-100	Banca Popolare di Sondrio	0	0
66-100	Beni Stabili	0	0
66-100	Cattolica Assicurazioni	0	0
66-100	Cofide	0	0
66-100	Credito Artigiano	0	0
66-100	Credito Emiliano	0	0
66-100	Datalogic	0	0
66-100	DeA Capital	0	0
66-100	Diasorin	0	0
66-100	Gemina	0	0
66-100	IGD	0	0
66-100	Industrie Macchine Automatiche (IMA)	0	0
66-100	Interpump Group	0	0
66-100	Iren	0	0
66-100	Italmobiliare	0	0

2011 Position	Company	2011 Score	2010 Score
66-100	<i>Marcolin</i>	0	0
66-100	<i>Marr</i>	0	0
66-100	<i>Nice</i>	0	0
66-100	<i>Piccolo Credito Valtellinese</i>	0	0
66-100	<i>Prelios</i>	0	0
66-100	<i>Recordati</i>	0	0
66-100	<i>Save</i>	0	0
66-100	<i>Sias</i>	0	0
66-100	<i>Snam Rete Gas</i>	0	0
66-100	<i>Trevi Finanziaria</i>	0	0
66-100	<i>Zignano Vetro</i>	0	0

**Nota:** Le società sono state scelte tra le prime 100 per capitalizzazione di mercato nell'autunno 2011.

Per informazioni sulla passata edizione della ricerca Lundquist Wikipedia Italia 2010 si veda:  
[http://www.lundquist.it/media/files/Lundquist\\_Italian\\_Wikipedia\\_2010\\_Executive\\_Summary.pdf](http://www.lundquist.it/media/files/Lundquist_Italian_Wikipedia_2010_Executive_Summary.pdf)

**Nota sulla trasparenza:**

Nell'ultimo anno abbiamo fornito il report sulla ricerca Wikipedia alle seguenti società: Eni, Generali, Intesa Sanpaolo, Luxottica, Mondadori, Snam, Telecom Italia, UniCredit.