

Faites de Wikipédia votre outil de communication



Petit à petit, Wikipédia remplace l'encyclopédie traditionnelle dans les foyers. Mais savez-vous que ce site collaboratif – dont le contenu est écrit par les internautes – peut aussi intéresser les professionnels ? Une catégorie "Entreprise" vous permet en effet de mettre en ligne un article sur votre société.

L'intérêt est double. Primo, apparaître sur Wikipédia améliore votre référencement sur Google (et donc votre visibilité) : en effet, les articles de l'encyclopédie en ligne arrivent systématiquement dans les toutes premières positions sur les pages de résultats. Secundo, vous pourrez contrôler, en tant qu'auteur, ce qui est publié sur votre société.

Comment procéder ? Dans Wikipédia, un article s'appelle une page. Pour publier la vôtre, vous devez d'abord vous enregistrer (c'est gratuit). Sur la page d'accueil, cliquez sur "Créer un compte" (en haut à droite) et remplissez les champs demandés. Allez sur la page "Accueil des

nouveaux arrivants" (colonne de gauche sous l'onglet "Contribuer"), puis rendez-vous dans la section "Bac à sable" (en bas) et cliquez sur "Comment créer une page ?". Entrez le nom de votre société dans la boîte de dialogue qui s'ouvre et validez. Ça y est : vous vous trouvez dans la future page consacrée à votre entreprise.

Informations clés

Pour la remplir, il faut respecter certaines règles de programmation. Le plus simple est de vous servir d'un article déjà publié dans la rubrique "Entreprise". Choisissez-en un court mais qui contient des informations clés (logo de la société, chiffre d'affaires, lien vers le site Web...). Lorsque vous êtes sur la page de l'entreprise sélectionnée, activez l'onglet "Modifier". Le code source de l'article s'affiche : faites-en un copier-coller dans votre page. Remplacez ensuite le texte par votre prose. Vous pouvez voir le rendu en cliquant sur "Prévisualiser" (en bas). Lorsque votre article est achevé, cliquez sur "Publier". Il est mis en ligne instantanément.

Pas d'autopromo

A partir de là, il va être examiné par les modérateurs du site. Si votre texte est jugé trop promotionnel, il sera retiré. Pour éviter ce genre de désagrément, lisez les "recommandations concernant la notoriété des entreprises" ("Aide", puis "Critères d'admissibilité"). Restez objectif et sobre. Ne dites pas, par exemple, que vous êtes leader sur votre marché sans vous appuyer sur un classement réel.

Ne recopiez pas non plus le site de votre entreprise : les robots de Wikipédia le détecteront et vous serez censuré. Si votre société a été citée dans des journaux ou dans des ouvrages, mentionnez-les en "Notes et références". Sinon, Wikipédia accolera en tête de votre page un bandeau rose intitulé "Cet article ne cite pas suffisamment ses sources", sans supprimer votre page.

Comment réussir la page Wikipédia de son entreprise ?

Quelle **entreprise** n'a pas rêvé de gagner gratuitement en visibilité sur Internet ? Avec l'une des plus importantes notoriétés sur le **web** au monde (6e site le plus consulté selon le classement Alexa en 2012, qui fait une moyenne entre le nombre de visiteurs et le nombre de pages vues), **Wikipédia** offre un potentiel plus qu'attrayant. Et comme tout le monde peut participer à **l'encyclopédie en ligne**, la tentation est grande de vouloir l'utiliser comme vitrine. Mais avant de se lancer, mieux vaut enfilez des gants car qui ne respecte pas les **règles** des Wikipédiens se brûle les doigts.

Que faut-il savoir avant de se lancer ? Quelles-sont les informations à communiquer et celles à taire ? Quel style rédactionnel adopter ? A partir de témoignages recueillis auprès de professionnels de l'e-réputation, découvrez 10 conseils pour vous aider à créer la page Wikipédia de votre entreprise.

Adopter un ton neutre

Pourquoi ?

Il ne faut pas oublier que Wikipédia est une encyclopédie et non une vitrine commerciale. A ce titre, la tonalité encyclopédique des pages est l'un des principaux critères d'admissibilité. Une page est créée pour informer un maximum de lecteurs et non pour promouvoir une marque.

Comment ?

La règle est simple : écartez tout ce que vous mettriez en tête de votre plaquette commerciale et troquez votre verbiage publicitaire contre un jargon universitaire. Sur Wikipédia, le but n'est pas de séduire mais d'informer. Finis donc les "nous sommes numéro 1 en ...", "les plus forts sur ..." et autres auto-compliments. "A chaque fois qu'une entreprise essaie de se mettre en situation de lead market, le contenu est supprimé", explique Philippe Ain de l'agence Komunityweb.

Ne pas se lancer à l'aveugle**Pourquoi ?**

Créer la page Wikipédia de son entreprise est un investissement en temps. "Ça ne sert à rien de vouloir faire à sa façon si c'est pour que son contenu soit supprimé. Ce serait une perte de temps et donc d'argent pour tout le monde", rappelle Grégory Couratier de l'agence ZenReputation.

Comment ?

Wikipédia met à la disposition de tous des outils pour aider à rédiger des articles. Vous auriez tort de vous en priver. La page détaillant les "[critères d'admissibilité](#)", notamment, vous donnera une idée de la manière d'adapter votre texte aux exigences de l'encyclopédie. Pour les entreprises, la page "[Projet : Entreprises](#)" est indispensable car elle répertorie, étape par étape, toutes les informations à fournir et la forme que doit prendre votre page. Vous pouvez même vous exercer au préalable avec l'outil "[Bac à sable](#)", sorte de brouillon de Wikipédia.

Rester très factuel**Pourquoi ?**

Les faits, rien que les faits et rien ne vous sera reproché. C'est encore le seul moyen d'écrire du contenu sur Wikipédia sans qu'il ne soit susceptible d'être supprimé.

Comment ?

Le but est d'écrire "comme dans un livre d'histoire", explique Philippe Ain. Il est fortement conseillé, donc, de commencer par une chronologie des dates clés de l'entreprise : ses rachats, ses changements de direction, ses lançements sur de nouveaux secteurs... Une fiche de présentation détaillée est également appréciée de Wikipédia. Elle apparaîtra à droite de la page et listera les informations essentielles de l'entreprise : forme juridique, fondateur, organigramme, siège social, chiffre d'affaires, date de création, slogan, logo, filiales, actionnaires, effectif...

Ne pas se faire remarquer**Pourquoi ?**

Les modérateurs veillent et questionnent tous les contenus... et c'est ce qui fait le succès de Wikipédia. Plus vous vous fondrez dans leur communauté, moins votre profil leur semblera suspect. Si vous créez une page, les Wikipédiens s'intéresseront tôt ou tard à vous. Mieux vaut alors que votre historique ne se limite pas à la page de votre entreprise. Car chacune de vos interventions sur le site (modifications, ajouts et créations de contenus) est notifiée sur votre "page utilisateur" et votre adresse IP est enregistrée si vous n'avez pas de compte.

Comment ?

La création d'un compte utilisateur est primordiale pour respecter les exigences de transparence de Wikipédia. Mais quitter l'anonymat ne suffira pas à vous mettre à l'abri de la modération. Il est préférable que vous interveniez sur d'autres articles avant de vous lancer dans la rédaction de votre propre page, en suggérant, par exemple, des modifications de contenu.

Présenter ses sources au maximum**Pourquoi ?**

Tout ce que vous avancez pourra et sera retenu contre vous lors de la "discussion" de votre page entre les modérateurs. Ce qui n'est pas vérifiable sera identifié comme tel et potentiellement supprimé dans les plus brefs délais. Telle est la loi de Wikipédia.

Comment ?

Une info = une source. Ce principe, vous l'érigerez en règle d'or. Les sources doivent être sûres et facilement vérifiables. "Il faut que l'information donnée dans Wikipédia ait déjà été publiée sur d'autres médias", précise Grégory Couratier et pas n'importe lesquels. Il s'agit en général de données publiques (numéros de brevets...) ou facilement accessibles et certifiées (normes qualité, labels, études d'instituts

reconnus...). N'hésitez pas à donner des informations extrêmement précises : pas d'approximation, citez les dates et les chiffres exacts.

Respecter les règles de base

Pourquoi ?

"Wikipédia est l'outil de communication le moins flexible du web", rappelle Denis Pommeray de l'agence e-Malaya. Le site tient à sa cohérence entre les différentes pages et est intransigeant quant au respect de ses règles internes.

Comment ?

Avant de rédiger, jetez un coup d'œil aux "[conventions typographiques](#)". Rien de bien exceptionnel si ce n'est qu'elles sont tirées du style encyclopédique sur lequel repose Wikipédia. Par exemple, évitez autant que faire se peut les "?" et "!" dans vos contenus. Ils sont réservés aux citations. De même, les parenthèses dans les titres sont à proscrire, sauf pour les cas d'homonymies. Une "[convention sur les titres](#)" existe également et recommande de construire vos titres de sorte qu'ils soient les plus courts et compréhensibles possibles.

Accepter ce qui déplaît

Pourquoi ?

D'abord, il faut montrer aux modérateurs que votre page peut être digne de confiance car objective. Mais surtout, en rapportant les informations moins glorieuses, vous évitez que d'autres personnes ne rajoutent ces informations-là à leur sauce. Vous en restez maître. Il ne faut pas oublier que n'importe qui peut écrire sur Wikipédia.

Comment ?

L'exercice est difficile mais incontournable. Il vous faut d'abord citer vos concurrents (sans les dénigrer bien sûr), parler des affaires qui ont pu nuire à votre entreprise (uniquement si cela a eu une importance notable, nul besoin de donner dans le masochisme) et, enfin, accepter que d'autres personnes ajoutent du contenu sur votre entreprise, qu'il soit positif ou non. S'il est argumenté, vous n'y pouvez rien, sauf tenter de négocier le retrait de la modification via la page "discussion", dans les règles de respect qui prévalent entre modérateurs.

Placer des liens intelligents

Pourquoi ?

Comme Google, les liens rassurent Wikipédia quant à l'authenticité et à l'importance du contenu. En particulier quand il s'agit de liens vers d'autres pages de son site, ce qui permet d'ancrer la vôtre dans l'arborescence de l'encyclopédie. Les pages dites "orphelines", celles qui ne sont "ni pointées ni incluses par d'autres pages", ne font pas bon effet auprès des modérateurs.

Comment ?

Apprenez à distinguer les liens qu'aime Wikipédia de ceux qu'il bannit. Pour cela, retenez que les liens entrants, ceux qui pointent depuis Wikipédia vers la page, doivent l'inscrire dans des catégories à mentionner au moment de la rédaction. En général, il s'agit du secteur d'activité ou du [portail des entreprises](#). Quant aux liens sortants, tous convergent vers d'autres pages Wikipédia et surtout pas vers des offres promotionnelles sur votre site ! En revanche, vous pouvez, et c'est même conseillé pour gagner en visibilité, créer un lien externe vers votre site, sous la mention "Site officiel".

Veiller au respect des droits d'auteur

Pourquoi ?

Il est difficile de berner les modérateurs, d'autant qu'ils sont toute une communauté. Rien ne sert de prendre le risque du plagiat qui conduirait à la suppression du passage considéré, assortie d'une mention peu reluisante dans le fil de discussion de votre page, indiquant la tromperie.

Comment ?

Même vos propres écrits, s'ils sont publiés sur un autre site ou dans un ouvrage, sont soumis à des droits d'auteurs. Si vous souhaitez les reprendre, vous devez impérativement placer votre texte original sous "licence libre". En d'autres termes, vous acceptez qu'il devienne modifiable, distribuable et commercialisable. Pour ce qui est des écrits qui ne vous appartiennent pas, le copier/coller est à bannir formellement, sauf avec usage de guillemets et en donnant la référence du texte en bas de page.

Suivre et faire vivre sa page

Pourquoi ?

Wikipédia étant un site collaboratif, vous n'avez aucun droit sur le contenu de votre page et rien ne dit que vous aurez toujours le dernier mot. A tout moment, des informations peuvent être ajoutées, sans que vous n'en soyez alerté, à moins de vous connecter. Les modifications mettent un certain temps à être modérées, une fois que la page est créée. Pour protéger l'image de votre entreprise, vous devez donc y veiller.

Comment ?

Vous croyiez avoir terminé ? Mais non. Une fois la page créée, "il faut la faire vivre avec des mises à jours régulières", conseille Stéphane Truphème de l'agence Kinoa. Rachat, changement de direction ou encore publication de données financières, toute information notable doit être partagée dans les temps. Ayez aussi un œil sur l'ajout ou la modification de contenus par les autres utilisateurs, grâce à des outils de surveillance de page web.

Source : Le journal du net

Quelques conseils et explications

II-0. Prolegomène, Wikimedia France

Wikimedia France est une association de droit français, dont le but est de favoriser et faciliter le développement d'une diffusion libre de la Culture.

Elle n'a **aucune volonté ni capacité éditoriale**⁹ sur quelque projet de la Wikimedia Foundation que ce soit, et se complait dans cette situation.

Adhérer à l'association, pour louable que ce soit, ne garantit absolument pas d'avoir un jour un article à son sujet sur Wikipédia. Imaginez donc aller un constructeur automobile pour avoir un jour un modèle de voiture à son nom : ces deux choses ne sont tout simplement pas corrélées, pas plus que ne le sont l'adhésion à une association indépendante de Wikipédia et dont Wikipédia est indépendante et la rédaction d'un article sur Wikipédia.

Je rappelle que le montant de la cotisation annuelle est de 24 euros au moment où j'écris ces lignes. Ce montant couvre **l'adhésion à l'association Wikimedia France**, et finance l'envoi de courriers, divers frais bancaires, la réservation de salles pour les assemblées générales, le salaire d'employés, d'autres frais. Nulle part vous ne lirez qu'une adhésion vous donne droit à un article à votre sujet sur Wikipédia. En tout cas, pas sur les documents officiels ni de l'association ni de l'encyclopédie. Je précise à tout hasard que la même corrélation (avec un taux de corrélation de 0) s'applique aux adhérents dits bienfaiteurs, ayant cotisé à hauteur de plus de 100 euros pour l'année en cours. Je précise à tout hasard aussi que les cotisations suivant la première non plus ne donnent pas « droit » à un article sur Wikipédia. Vous **cotisez**, vous ne vous *abonnez pas*, et *vous ne payez pas pour placer votre nom*.

IIA. Inscription à Wikipédia

S'inscrire à Wikipédia, se créer un compte, est bête comme chou. En haut à droite des pages Wikipédia, vous devriez voir un lien « [Créer un compte ou se connecter](#) ». Cliquez dessus, puis suivez les étapes.

IIB. Créer une page utilisateur

Créer sa page utilisateur, une fois son compte créé est simple aussi : une fois que vous êtes connecté, divers liens apparaissent en haut à droite, dont un qui ressemble à ceci : [<Votre pseudo>](#). Cliquez dessus, et faites-vous plaisir. Il y a cependant quelques recommandations à respecter : [Aide sur les pages utilisateur](#).

IIC. Créer un article

Créer un article est aussi simple que créer une page utilisateur. *A priori*. *A posteriori*, on attend des articles qu'ils respectent strictement les [cinq principes fondateurs de Wikipédia](#), mais aussi les [règles](#) qui en découlent, et dans la mesure du possible les [recommandations](#) qui découlent des règles et des principes fondateurs. Expliquer tout cela dans un billet est virtuellement impossible puisque trop long, et n'apporte rien aux pages déjà existantes à ce sujet sur Wikipédia : je vous conseille donc vivement de lire celles-ci.

IID. Critères d'admissibilité des articles

Créer un article qui ne rentre pas dans les critères d'admissibilité, c'est la fin assurée de votre réputation. Mais quels sont ces critères ? Pour simplifier à l'extrême, ils reposent sur la notoriété, la célébrité, le ~~Factor~~ Factor.

Plusieurs types de critères s'appliquent à diverses situations, mais citons les principales listes de critères :

- [Wikipédia:Critères d'admissibilité des articles](#) : critères généraux, liste de listes de critères plus spécifiques
- [personnalités politiques](#)
- [entreprises, sociétés, produits](#)
- [arts visuels](#)
- [associations](#)

Comprenez bien que ce n'est pas parce qu'un collègue/concurrent a son article sur Wikipédia que vous devez obligatoirement (par la force des choses ou par la loi) y avoir le vôtre : une défense de ce type, lors d'une procédure de suppression, vous vaudra le qualificatif de [Pikachu](#)¹⁰, et n'empêchera absolument pas la suppression de votre article, puisque ce n'est tout simplement pas un argument.

III.E. Pirater Wikipédia¹¹ Procédures de suppression de pages

Pour simplifier, il y a deux manières pour supprimer un article de Wikipédia ; et pour chacune de ces manières, plusieurs justifications, plusieurs conditions, plusieurs situations :

- [Suppression immédiate](#) : rarement applicable en théorie du fait du peu de situations où celle-ci est applicable, assez souvent appliquée en pratique du fait de la fréquence des situations où celle-ci est applicable. Un utilisateur demande à un administrateur de supprimer une page récemment créée, [pour une raison précise](#) : violation de copyright, charabia, test qui a mal tourné, insultes sans contenu encyclopédique, ...
- [Procédure de demande de suppression de page](#). C'est celle dont je parlais plus haut en faisant référence aux maladies de peau. Les conditions sont plus lâches, mais appellent une discussion d'une semaine au moins faisant référence entre autres aux [critères d'admissibilité](#). Cette discussion n'est pas un vote : inutile donc de rameuter vos amis, animaux de compagnie, plantes vertes, le Pape ou le Président de la République pour avoir « plein de votes pour », si vous n'avez pas le moindre argument derrière pour soutenir le maintien de votre création. Si après une semaine, un consensus se développe dans le sens de la suppression de la page, une demande est faite en suppression immédiate et traitée par un administrateur.

D'autres manières existent, mais elles sont exceptionnellement rares (ce coup-ci pour de vrai), et ne devraient pas vous concerner dans un premier temps.

III.F. Procédure de restauration de page

C'est simple, il n'y a qu'[une seule manière de demander la restauration d'une page](#), si du moins elle a été supprimée par un des moyens cités au [III.E](#)¹². Celle-ci comporte l'organisation d'une procédure de demande de suppression, permettant de soumettre à la décision de la communauté la restauration ou le maintien en suppression de l'article.

Recréer une page supprimée sans passer par cette procédure a de bonnes chances d'entraîner la suppression de nouveau de votre article. Si c'est le jour-même de la suppression, les administrateurs ont tendance à tirer à vue, et suppriment la page directement.

III.G. Et pour les images ?

Quand vous « importez une image sur Wikipédia », en fait, vous l'importez sur un autre projet, à savoir [Wikimedia Commons](#). Comme Wikipédia, il est hébergé par la Wikimedia Foundation, une organisation de droit américain, et géré dans une certaine mesure par la communauté d'utilisateurs. Cependant, les paragraphes [III.E](#) et [III.F](#) s'appliquent dans une certaine mesure. La politique de conservation des images est cependant beaucoup plus souple que celle des articles (il n'y a pas de critères de notoriété), ce qui fait qu'on dispose de quelques centaines de photos de [parties génitales](#), de [piercings](#) (y compris des [piercings des parties génitales](#)), et de [La Joconde](#), et quelques milliers de photos de [chats](#). Attention toutefois, des règles très strictes découlant du Droit d'auteur et du Copyright s'appliquent (la loi applicable la plus stricte est presque toujours celle choisie). Il est par exemple impossible d'y importer un logo un tant soit peu élaboré. Sachez aussi que vous ne pouvez en aucun cas placer sur Commons une image dont vous n'êtes pas le détenteur des droits de reproduction. Pas question, par exemple, de mettre une photo d'un tableau de Picasso¹³, ou un cliché dont vous avez acheté une reproduction¹⁴, ou même l'original.

III.H. Licence des contenus, modification, réutilisation

Les contenus que vous placez sur Wikipédia (ce qui exclut bien entendu les pages externes vers lesquelles vous placez des liens), y compris sur votre page utilisateur ou des pages de discussion, sont placés sous licence libre, plus précisément sous une licence Creative Commons, Attribution, ShareAlike, version 3.0 ([page officielle](#), [texte officiel](#)) : ce que vous placez sous cette licence, par exemple sur Wikipédia, est librement reproductible, modifiable, tant que le réutilisateur (celui qui reproduit, modifie, diffuse) respecte certaines règles, à savoir :

- indiquer le nom ou pseudonyme du ou des auteurs, y compris ceux qui, n'étant pas l'auteur original, ont participé à la modification de l'œuvre (quelle que soit son type) pour transformer son

apparence initiale en l'apparence actuelle. Toute version d'un article de Wikipédia est sous cette licence, y compris donc les versions qui, modifiées, n'apparaissent plus actuellement sur la page même de l'article.

- publier les versions modifiées sous une licence identique ou similaire, les clauses d'attribution et de partage à l'identique ne pouvant être supprimées.
- des clauses plus restrictives, ou des clauses restrictives supplémentaires ne peuvent pas apparaître.

Le réutilisateur peut même faire payer la diffusion à l'utilisateur final (cas par exemple une maison d'édition qui décide, respectant la licence, d'imprimer et de diffuser l'encyclopédie sur papier, et fait payer le livre), et n'est aucunement tenu de vous reverser tout ou partie des bénéfices, ni de vous « payer des droits ».

Des éléments passés dans le domaine public (un daguerréotype de Daguerre numérisé par exemple) sont de toute évidence à l'abri de cette licence, et restent dans le domaine public.

Il se peut que vous ne souhaitiez pas placer votre œuvre sous cette licence. Bien que pour les articles, la CC-BY-SA 3.0 est obligatoire (ainsi que la GFDL, mais c'est moins connu et moins utilisé), pour les médias il en va autrement : vous pouvez les placer sous des licences encore plus permissives, tant qu'elles sont moins restrictives pour les réutilisateurs sur chaque point. La [licence Art Libre](#), la [WTF-PL](#), la [CC0](#) sont des licences possibles. Il vous est même possible de décider de placer votre œuvre dans le domaine public (si cela vous est permis — la loi française ne le permet pas, par exemple).

Aide: Comment créer un article

Bienvenue dans l'aide à la création d'un article

Cette aide est destinée à vous expliquer comment créer un article dans les meilleures conditions et éviter les pièges les plus courants.

En plusieurs étapes, vous allez :

- savoir s'il est possible d'écrire un article sur le sujet que vous avez choisi ;
- apprendre quels éléments sont indispensables à la création d'un article ;
- découvrir la syntaxe et les points importants à connaître dans la rédaction d'un article.

Vous pouvez également [traduire un article depuis une autre langue](#).

Important

Prenez le temps de **bien lire** chaque étape qui va suivre, et de ne passer à la suivante qu'une fois les questions posées résolues.

S'il vous est impossible de répondre facilement à une ou plusieurs questions, il se peut que votre article ne puisse pas rejoindre l'encyclopédie Wikipédia.

En cas de doute, n'hésitez pas à lire d'abord l'[aide concernant l'admissibilité](#) ou à [demander l'avis d'un bénévole](#) : vous serez ainsi fixé sur la possibilité de créer votre article.

DEMARRER : https://fr.wikipedia.org/wiki/Aide:Comment_cr%C3%A9er_un_article