

**QUATRE CAS DE RESTRUCTURATION
D'ENTREPRISES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS
DANS LES MÉDIAS ÉCRITS**

**Rapport préparé pour
BDDS | Weber Shandwick
par le**

**Laboratoire d'analyse de presse Caisse Chartier
Chaire en relations publiques
UQAM**

Mai 2003

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	page 3
Choix du sujet d'analyse	page 4
Quelques points de repères	page 4
Période de collecte des nouvelles	page 4
Choix des médias	page 5
NOTES MÉTHODOLOGIQUES	page 6
Détermination des sujets	page 7
Détermination des classifications	page 8
Les catégories de classification du contenu	page 8
Évaluation du contenu	page 10
Présentation sommaire du décodage	page 11
Les indices	page 11
SURVOL DE LA COUVERTURE ANALYSÉE	page 13
Visibilité des entreprises sur le thème de la restructuration	page 15
Distribution du contenu selon la visibilité de chaque entreprise	page 16
Comparaison entre les quatre couvertures	page 17
Comparaison entre les indices des entreprises	page 18
Citations décrivant les compagnies en général	page 19
ANALYSE DÉTAILLÉE DES SUJETS POUR CHAQUE ENTREPRISE	page 21
Les sujets AT&T	page 21
Les sujets CallNet	page 23
Les sujets Group Telecom	page 25
Les sujets Microcell	page 27
ANALYSE DES CATÉGORIES COMMUNES AUX QUATRE ENTREPRISES	page 36
État des finances	page 36
Les dossiers majeurs	page 36
Les intervenants	page 38
Les dirigeants	page 40
Les analystes	page 41
Les agences de presse	page 43
Couverture selon le journal	page 46
Couverture selon la langue	page 48
Couverture selon la ville	page 49
Les titres	page 50

INTRODUCTION

Cette étude relative à quatre cas de restructuration d'entreprises de télécommunications a été préparée selon le mandat reçu de **BDDS|Weber Shandwick** dans le but de comparer le traitement accordé par la presse écrite à de tels cas par rapport à d'autres couvertures de presse d'intérêt plus général dont les données statistiques avaient été compilées jusqu'en l'an 2002.

Cette analyse se penche plus particulièrement sur la partialité de ces couvertures par rapport à la moyenne généralement observée dans des analyses précédentes. L'indice de partialité du contenu de la presse ne remet aucunement en cause l'objectivité des journalistes.

Dans le cadre de nos analyses de presse, nous avons établi que : « l'indice de partialité représente le pourcentage d'unités orientées pour toute une analyse¹ ».

La *partialité* indique avec quelle ferveur la presse a couvert un sujet, avec quelle passion tout autant positive que négative elle en a parlé, quels éléments favorables ou non y ont été évoqués, et par quel pourcentage les voix pour et contre ont su se mettre en valeur. La contrepartie à la partialité, c'est la neutralité, l'énoncé factuel, le discours sans états d'âme, l'information quasi indifférente.

La *partialité* d'une couverture de presse provient du contenu **orienté**. Il ne faut donc pas confondre « partialité », « orientation », et « biais ». Entre 1982 et 2002, nous avons établi, à partir des analyses que nous avons réalisées, qu'une couverture de presse dégage une partialité moyenne de 40%.

Nous avons noté que la *partialité* se retrouve fréquemment dans les citations et entrevues de divers porte-parole interviewés par les journalistes, dans les lettres des lecteurs et, il va de soi, dans les tribunes téléphoniques.

La *partialité* mesure la ferveur manifestée par la presse dans la couverture d'un sujet².

Deux compilations basées sur les résultats de 250 analyses de presse effectuées entre 1982 et 2002 ont fourni les indicateurs utilisés comme référence quant à la partialité et la tendance dégagées par des couvertures de presse. L'ensemble de ces analyses portait sur l'étude de 46 570 nouvelles contenant 292 156 unités d'information.

Selon la compilation que nous avons effectuée de ces mêmes 250 analyses, l'écart moyen entre une couverture favorable et défavorable peut varier de 50 points, se situant pour la moyenne des positifs à 25 points au-dessus de zéro et pour la moyenne des négatifs à 25 points sous zéro, zéro étant le point neutre³ d'une couverture de presse.

¹ *Mesurer l'insaisissable*. Lise Chartier, PUQ 2003.

² La « partialité » n'est pas et ne signifie pas la « subjectivité ».

³ Dans notre méthode d'analyse, le « neutre » n'est pas une représentation de l'« objectivité ».

Choix du sujet d'analyse

Le sujet de couverture de presse sur lequel est basé cette étude, la restructuration d'entreprises, est apparu particulièrement intéressant en raison de son actualité et parce que, d'une part, il touche l'ensemble des activités des entreprises concernées : les services financiers, les ressources humaines, les actionnaires, les fournisseurs, les ventes, les clients, les investisseurs et les banquiers. Les restructurations d'entreprises font appel, d'autre part, à toutes les ressources de communications d'une entreprise pour en faire connaître les détails du plan élaboré et rejoindre adéquatement ses divers publics.

Nous avons, au départ, retenu cinq entreprises appartenant au même secteur d'activité et dont les plans de restructuration ont été élaborés ou mis en place en 2002. Ce sont : AT&T, CallNet, Group Telecom, Microcell et 360Networks. L'une d'entre elles, 360Networks, a été éliminée parce que sa couverture de presse n'était pas suffisamment dense pour établir une base comparable à celle des autres, comme nous le verrons un peu plus loin.

Quelques points de repères

Avant de procéder à l'analyse détaillée de la couverture de presse consacrée à la restructuration, voici quelques faits tirés de la presse à propos des quatre entreprises.

	AT&T	CallNet	Group Telecom	Microcell
Dette	4,5 G \$	2,6 G \$	1,6 G \$	2 G \$
Licenciements	270	360 (15 %)	350 (26 %)	149 (6 %)
Place des anciens actionnaires	0 %	20 %	Rachat	0,1 % ⁴
Perte annuelle	1,77 G \$ (9 premiers mois 2002)	1,4 G \$(2001)	379 G \$ (2001)	« Un seul trimestre positif en 5 ans »
Rachats (ou rumeurs)	(Telus)	–	360Networks	(Rogers AT&T)

⁴ Avec possibilité de rachat de 21,3 % des parts au prix dilué.

Période de collecte des nouvelles

L'étape suivante a consisté à déterminer la période de couverture et les critères de sélection des nouvelles dans le but de constituer le corpus d'analyse. Nous savions par la consultation de communiqués émis par ces entreprises que la période se situant entre le 1^{er} janvier 2002 et le 31 janvier 2003 regroupait la majorité de leurs activités de restructuration. Afin de préciser davantage la sélection des nouvelles à analyser et de s'assurer que nous disposions d'un contenu comparable, nous avons établi comme premier jour de cueillette l'annonce officialisant par un communiqué la décision prise par chaque entreprise de procéder à sa restructuration et comme dernier jour, l'annonce par un communiqué des détails du plan, à l'exception de CallNet dont la démarche avait été entreprise à la fin de l'année 2001.

Les périodes de couverture ont donc été définies comme suit :

AT&T : 1^{er} octobre 2002 au 31 janvier 2003
 CallNet : 1^{er} janvier au 30 avril 2002
 Group Telecom : janvier à novembre 2002
 Microcell : 1^{er} août 2002 au 31 janvier 2003
 360Networks : 1^{er} janvier au 31 août 2002.

Choix des médias

Les villes de Montréal et de Toronto publient chacune quatre quotidiens à l'intérieur d'un même fuseau horaire et regroupent les médias d'information dont les rayonnements sont les plus importants au Canada. Nous avons donc retenu les journaux de ces deux villes pour retracer les documents à analyser.

Nous avons ensuite cherché les articles traitant spécifiquement de la restructuration de ces entreprises dans les banques de données des journaux de ces villes ; la recherche a été faite en associant le nom de chaque compagnie aux mots « restructuration », « dette », « plan de réorganisation » et à leurs équivalents en anglais.

Les journaux suivants ont été dépouillés par voie électronique : La Presse, Le Devoir, Les Affaires, The Montreal Gazette, le Financial-National Post, le Globe & Mail, le Toronto Sun et le Toronto Star. Dans le cas du Journal de Montréal, nous avons dû faire appel aux archives du journal. À la fin de la collecte, nous avons éliminé les deux brèves nouvelles provenant du Toronto Sun qui totalisent moins de cent mots chacune, les jugeant insuffisamment représentatives.

Le corpus final de nouvelles s'établit donc à 20 articles chacun pour CallNet, pour Group Telecom et pour 360Networks, 30 articles pour AT&T et 61 articles pour Microcell.

Nous avons ensuite procédé à cinq analyses individuelles, codant séparément les articles traitant de chaque entreprise mais en utilisant les mêmes grilles de classification du contenu selon la méthode propre au Laboratoire que nous vous présentons dans le chapitre suivant.

NOTES MÉTHODOLOGIQUES

La méthode utilisée par le Laboratoire d'analyse de presse de l'UQAM repose sur l'unité d'information, une unité de mesure servant à découper le contenu des nouvelles et dont voici une brève présentation, tirée de « *Mesurer l'insaisissable* » :

Dans tout document de presse, qu'il soit écrit, lu, dit, récité, cité ou dialogué, l'unité d'information correspond à une idée provenant d'une source quelconque, mise en forme et acheminée par un média et comprise par des membres de son auditoire. L'ensemble des unités d'information constitue un magma informel dans lequel nous baignons tous. Isolément, la compréhension de chacune des idées extraites des nouvelles peut varier selon l'acteur, le transmetteur ou le récepteur.

Le travail d'analyse consiste à décoder objectivement le récit médiatisé en utilisant un étalon de mesure constant. L'unité d'information est donc constituée d'un contenu informatif circonscrit à l'intérieur d'une nouvelle, peu importe qu'il se répète ou qu'il change. Elle relève à la fois de la logique et de la linguistique (Morin : 1969). Au chapitre de la logique, elle incarne le niveau le plus général de compréhension d'une idée, ce qui correspond à la réalité concrétisée chez le lecteur ou l'auditeur. Au chapitre de la sémantique, elle peut comporter quelques mots, une phrase complète et parfois même quelques phrases ou paragraphes se rattachant à une même idée, et sans y ajouter de nouvel élément informatif quant à sa classification, précisons-nous.⁵

L'unité « est donc extraite de l'écriture pour désigner les éléments persistants d'une information à l'autre et objectiver le dénombrement de ce qui se répète à travers ce qui change »⁶, se conformant ainsi au processus de sélection et de simplification auquel se livre l'auditoire.

Afin de bien définir le processus de décodage des informations en unités de sens, trois étapes préparatoires précèdent toute démarche d'analyse : l'identification des sujets à retracer, leur définition et leur catégorisation. Chacune de ces étapes précise et identifie les règles strictes d'encadrement du découpage des unités par les analystes.

La démarche de préparation est indispensable pour établir solidement le processus d'analyse, uniformiser le découpage des contenus d'un corpus, assurer la fiabilité des résultats et en faciliter l'analyse. Comme l'explique Lasswell, *les procédures d'analyse doivent être identiques et claires pour tous les analystes*⁷ afin que ne subsiste aucun doute quant à la validité des résultats.

Dans un cadre clairement défini, le travail de chaque codeur consiste d'abord à relever chacun des prédicats d'une nouvelle puis à l'apparier à un des sujets choisis. Au fur et à mesure où il prend connaissance du contenu d'une nouvelle, il l'interroge: de quoi me parle-t-elle ici, que m'apprend-elle maintenant à propos de ce sujet, où dois-je classer cette information, et finalement que vaut-elle ?

La première étape préparatoire consiste donc à identifier les sujets à rechercher par rapport au thème central d'une analyse et en fonction des résultats recherchés. Une fois identifiés, ces sujets orienteront la première phase de découpage du contenu.

⁵ Lise Chartier. *Mesurer l'insaisissable*, Presses de l'Université du Québec, 2003. p. 70-71

⁶ Violette Morin. *L'écriture de presse*, Paris, Mouton, 1969, p. 31

⁷ Lasswell, Leites and associates. *Language of politics*, M.I.T. Press, Cambridge, USA 1949, p.75

Pour retracer les unités d'information contenues dans les nouvelles (ou dans tout type de récit), il faut dénombrer les idées qu'elles recèlent. Pour repérer ces idées de façon systématique, il faut les associer aux sujets choisis en fonction d'un objectif général d'identification et d'évaluation. La sélection des sujets répondra donc à la question suivante: que cherche-t-on à savoir précisément à propos d'une couverture de presse ?

En général, le thème central d'un projet d'analyse ou d'une couverture de presse se détaille à travers des sous-thèmes ou des sujets (certains les appelleront des enjeux) qui établissent les premiers paramètres du décodage. Chaque sujet est déterminé dans un sens général, de façon simple et claire, utilisant un ou deux mots qui serviront de dénominateur commun pour y rattacher toutes les idées qui lui seront associées.

Règle 1 : Chaque sujet à retracer dans une couverture de presse sera identifié à son niveau de compréhension le plus général pour assurer un décodage uniforme. En général, tout au plus dix sujets suffisent à regrouper l'ensemble des idées transmises dans une couverture de presse. Il vaut mieux prévoir un sujet <divers> ou <autre> pour éviter de perdre certaines informations inclassables mais utiles.

Pour bien se conformer à l'étape préparatoire, l'équipe d'analyse a développé et s'est approprié les catégories de classification de contenu afin de les appliquer uniformément à l'analyse des nouvelles traitant des cinq entreprises choisies.

Détermination des sujets

Dans un premier temps, nous avons établi que les idées repérées seraient classées sous les onze sujets suivants. Les sujets ont, dans un deuxième temps, été clairement définis pour y regrouper correctement les idées découpées.

Chaque sujet fera l'objet d'une description précise, préférablement validée par le client au moment de la définition d'un mandat, puis communiquée à l'équipe d'analyse avant d'entamer la réalisation d'un projet. La définition de chacun des sujets comporte généralement une série de descriptifs apparentés, en tenant compte des intérêts spécifiques d'un client ou d'un sujet d'étude.

Règle 2: L'unanimité de sens à propos de chaque sujet établira un mode de décodage clair où il deviendra facile d'isoler et d'apparier correctement chaque unité d'information à un sujet en éliminant toute forme d'interprétation entre les analystes et toute ambiguïté avec le client.

Les sujets et leur définition

- 1- La compagnie en général (son histoire, le CA, l'administration ...)
- 2- L'état des finances (dette, états financiers, résultats, valeur des actions)
- 3- Ébauche du plan : décision de restructurer, options étudiées en vue de la restructuration de la dette, autres.

- 4- Officialisation du plan : dévoilement du plan, détails de ce plan, effets de ce plan sur les actionnaires, les fournisseurs, etc.
- 5- Abonnés : la clientèle, le produit vendu, le service offert, le type de cellulaires, les spéciaux, les promotions.
- 6- Le personnel : mouvements de personnel, démissions, mises à pied, modifications des conditions de travail, primes de départ, ou ce qui se rattache aux ressources humaines.
- 7- Le marché canadien : état, concurrence, aperçu global de ce secteur.
- 8- L'avenir de l'entreprise : perspectives par rapport au marché, au secteur, possibilité de fusion ou d'acquisition.
- 9- Restructuration : mesures pratiques mises en place par rapport au plan.
- 10- Communications : renseignements transmis aux divers publics.
- 11- Divers : tout ce qui ne se case pas sous l'un des sujets précédents.

Détermination des classifications

Dans un deuxième temps, après consultation avec BDDS | Weber Shandwick, nous avons retenu sept catégories de classification, conformément à la troisième étape préparatoire décrite dans « *Mesurer l'insaisissable* ».

L'étape suivante est à la fois simple et complexe : elle consiste à choisir les catégories de classification des unités qui produiront ultérieurement, lors de la compilation informatisée des données par triages et par croisements, des résultats présentés sous forme de « tableaux indiciels ». Les tableaux de croisements entre les sujets et les catégories enrichissent l'analyse de résultats statistiques et s'avèrent très révélateurs de l'ensemble de la couverture analysée. Ils en procurent une lecture plus fine et déterminent les points forts, les points faibles et leur influence sur les sujets dont le poids a vraiment marqué l'ensemble d'un corpus.

Les catégories (certains les appelleront des « variables » par analogie avec les sondages d'opinion) permettent de diviser et subdiviser le contenu des différents documents d'un corpus d'analyse pour répondre adéquatement aux attentes. On retrouve des classifications d'unités selon la chronologie, le média, le type de média, la ville, la région, le type de document, le journaliste, la citation, l'intervenant, la source, le titre, la langue, le dossier de presse, etc.

Les catégories de classification du contenu

1.- Les dossiers

La pratique continue de l'analyse de presse a démontré que l'utilisation du « dossier » ou « événement » de presse en combinaison avec le sujet facilitait et accélérât le décodage des unités. Le dossier est devenu, par la force des choses, une catégorie de classification incontournable. Son utilisation s'avère presque indispensable lorsque se présentent des ambiguïtés au moment de l'identification des unités d'information par sujet. Dans les cas où subsiste un doute au chapitre de l'appartenance d'une idée, c'est en la classant d'abord dans le dossier ou l'événement approprié qu'on arrivera à établir le sujet dominant.

Les dossiers suivants ont été retracés après une première lecture ou en cours d'analyse :

- Les négociations avec les créanciers
- La dette
- Les actionnaires
- Les mises à pied
- La Loi canadienne sur les arrangements avec les créanciers des compagnies⁸
- Le calendrier des paiements
- Les mises à pied
- La valeur du titre
- La stratégie
- Le Conseil d'administration
- Les primes
- Les concurrents
- La banqueroute
- Le(s) partenariat(s)
- Les prévisions et cotations des analystes
- Le réseau de l'entreprise
- Le nom de l'entreprise

2.- Les intervenants

- Le président
- Les principaux porte-parole de l'entreprise
- Les analystes
- Le public
- Autres, selon les besoins

3.- Les sources médiatiques

- Presse Canadienne et Canadian Press
- Bloomberg
- Dow Jones
- Reuters

⁸ Nous utiliserons une formule plus simple à propos de cette loi dans les pages qui suivent : Loi sur les arrangements.

4.- Les médias

- Le Devoir
- La Presse
- Journal de Montréal
- Les Affaires
- The Gazette
- Globe & Mail
- Toronto Star
- National Post/Financial Post

5.- La ville

- Montréal
- Toronto

6.- La langue

- Anglais
- Français

7.- Les titres

Les titres, les sous-titres, les photos, les légendes et les graphiques ont été codés dans une catégorie spéciale.

Évaluation du contenu

L'évaluation du contenu des articles s'est faite en interrogeant chaque unité décryptée dans chacune des couvertures de presse et en lui posant la question suivante :

Est-ce que ce que le média dit, ici, à propos de tel sujet (*un des onze sujets énumérés plus haut et auquel l'unité découpée se rattache*) est positif, négatif ou neutre en regard, et selon le cas à l'étude, de :

***AT&T
CallNet
360Networks
Group Telecom
Microcell***

La plupart des analyses de presse comportent deux objectifs : dénombrer les idées énoncées et découvrir les tendances qu'elles recèlent. Le découpage répond au premier objectif, l'évaluation de l'orientation au second.

L'évaluation du contenu vise à retracer dans les nouvelles les éléments de couverture où s'expriment tout autant la partialité que la neutralité de la presse. Cette étape suit immédiatement le découpage de chacune des unités d'information. Elle consiste à poser une même question à chaque unité. La tonalité du contenu de l'unité détermine la réponse. Cette tonalité s'appuie sur des supports identifiables : mots, expressions, citations, qualificatifs, sens. On en verra plus loin les diverses formes.

Comme l'indique Morin (1969), « le couple positif/négatif peut répondre à cette exigence (d'évaluer l'orientation de l'unité) dans la mesure où sa présence n'impose à la tendance désignée aucune qualité d'ordre subjectif ou idéologique. [...] Entre ces deux oppositions, aucune nuance intermédiaire n'est envisagée. Seule la tonalité neutre sert de degré limite aux deux premières ; elle est le degré zéro de leur intensité⁹ ».

La méthode simplifiée que nous privilégions réduit considérablement la marge d'erreur dans le jugement que portent les analystes sur chaque unité découpée. En effet, si le libellé découpé dans une unité ne comporte aucun élément positif ou négatif par rapport à la question posée, il est automatiquement classé neutre. Si le contenu de l'unité identifiée n'est pas clair, sème le doute, ne comporte aucune indication supportant son orientation ou exige une longue discussion pour en déterminer la valeur, il est également classé neutre.

Pour les codeurs, les consignes sont claires à propos de la méthode à suivre: si ce n'est ni oui, ni non, c'est neutre. L'unité n'est pas un peu plus positive parce qu'elle origine de tel journal ou a été diffusée à telle heure de grande écoute ; et elle n'est pas un peu plus négative parce qu'on y cite un intervenant à la pensée plus radicale, ou parce qu'elle est exprimée dans un titre ou sous une photo. Le choix se fait entre le positif ou le négatif supporté par la manière de dire ou d'écrire, toute hésitation à reconnaître l'un ou l'autre décrète le neutre.

Cette façon d'interpréter le doute par le neutre correspond bien à la nature du discours de presse et au contexte dans lequel se situe le matériel analysé. Le lecteur d'un journal consacre environ 20 à 25 minutes¹⁰ à prendre connaissance du contenu qui l'intéresse dans son quotidien préféré. L'auditeur ou le téléspectateur écoute plus ou moins attentivement les nouvelles qu'on lui présente car sa pensée vagabonde et décroche facilement quand un sujet ne l'intéresse pas. Bien peu d'entre eux réfléchiront longtemps, si le sujet les intéresse, au segment de nouvelles sur lequel le codeur se questionne. Si ce prédicat n'était pas clairement pour ou contre, positif ou négatif, favorable ou défavorable, lors de sa diffusion originale, le lecteur ou l'auditeur n'aura rien retenu de son orientation.

L'évaluation de l'orientation des unités d'information a donc été faite en posant à chacune la question décrite précédemment. Trois choix de réponses s'offraient : le positif, le négatif ou le neutre. Chaque réponse positive ou négative devait obligatoirement présenter un élément de support tiré du texte analysé, élément de support provenant soit du contenu comme tel ou du ton de l'énoncé. En l'absence d'un tel support, l'unité était évaluée au neutre.

⁹ Op. cit., p.33.

¹⁰ Loïc Hervouet. *Écrire pour son lecteur*, École supérieure de journalisme de Lille 1979, p.9.

Les indices

La compilation des unités d'information produit des tableaux indiciels mesurant la fréquence, la partialité, l'orientation, et la tendance impact d'une couverture de presse.

La fréquence est le pourcentage d'apparition de chaque ou sujet ou catégorie par rapport à l'ensemble.

La partialité est le pourcentage des unités orientées (les plus et le moins) d'une catégorie donnée ou de l'ensemble.

La tendance-impact chiffre la dominante (en + ou en -) sur l'ensemble des unités orientées. Cet indice qualifie la tendance observée dans une couverture de presse.

Le poids-tendance correspond au poids d'une catégorie sur l'ensemble de la couverture (en + ou en -), sans tenir compte des unités neutres.

Présentation sommaire du décodage

À la fin de la période de décodage, voici le nombre d'unités repérées dans chacune des couvertures de presse :

AT&T	310
CallNet	219
Group Telecom	203
Microcell	895
360Networks	113

Le petit nombre d'unités retracées dans les 20 articles traitant de 360Networks n'offrait pas d'éléments de contenu suffisamment représentatifs pour en justifier l'analyse. La centaine d'unités décodées indique tout au plus le faible intérêt que lui portaient les médias des régions de Montréal et de Toronto. Nous avons donc décidé de l'écartier de notre rapport d'analyse.

SURVOL DE LA COUVERTURE ANALYSÉE

La couverture de presse traitant des restructurations de AT&T, CallNet, Group Telecom et Microcell offre plusieurs points de comparaison au chapitre du nombre d'articles et de la densité de la couverture tout autant qu'à propos des contenus traitant de chacune d'entre elles, comme l'illustre le tableau ci-dessous qui présente une vue d'ensemble des articles examinés.

Quatre cas de restructuration : aperçu des couvertures de presse								
Visibilité de chaque entreprise sur le thème de la restructuration					Comparaisons entre les contenus			
Nom de la compagnie	Nombre d'articles retracés	Articles en %	Nombre d'unités d'information décodées	Unités en %	Densité	Partialité %	Orientation %	Tendance - Impact (en points)
AT & T	30	22,9	310	19,03	10,3	41	15,2 +	37 +
CallNet	20	15,3	219	13,44	10,9	55,7	15,5 +	27,9 +
Group Telecom	20	15,3	203	12,47	10	47,3	11,8 -	25 -
Microcell	61	46,5	895	55,06	14,5	50,9	14,4 -	28,5 -
Total combiné	131	100 %	1 627	100 %				
Moyennes de référence					6,2	40 %	n.d.	25 – à 25 +

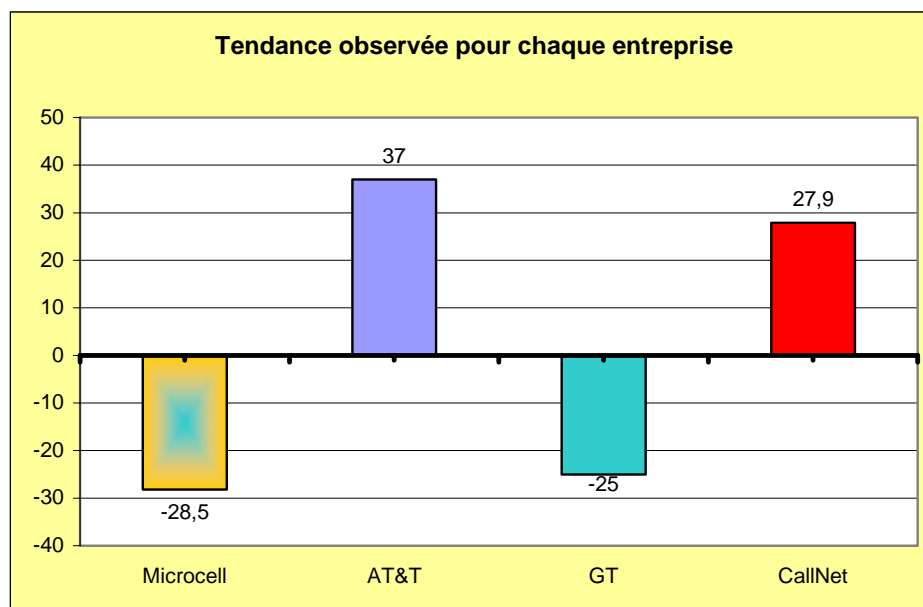
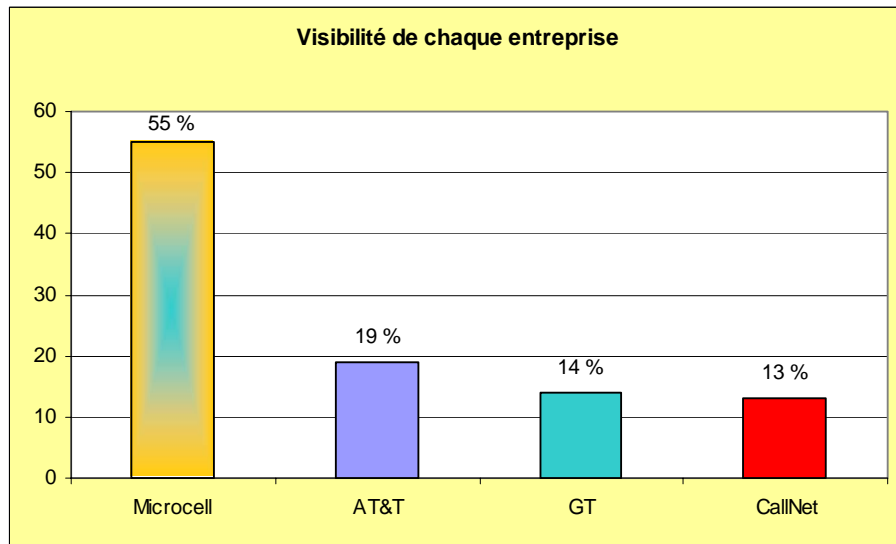
Les éléments qui ressortent de ce tableau se résument comme suit :

- Les quatre sociétés ont obtenu une couverture plus dense sur le thème de la restructuration que la moyenne de référence de 6,2 unités par document.
- La visibilité de Microcell sur le sujet se démarque de celle de ses concurrentes par le nombre d'articles autant que par la densité de ceux-ci. Les 61 articles traitant de sa restructuration comptent 895 unités d'information, pour une densité moyenne de 14,5 unités par document, alors que les 70 articles traitant de la restructuration des autres sociétés, en totalisent 732, pour une densité moyenne de 10,5 unités par document.
- La présence de Microcell dans cette couverture sur la restructuration (55,06 %) dépasse de 10 % celle des trois autres réunies (44,94 %).

- CallNet et Group Telecom comptent autant d'articles l'une que l'autre et leur couverture recèle une densité similaire à celle d'AT&T.
- La partialité de la couverture d'AT&T (41 %) est très proche de l'indice de référence moyen de 40 % alors qu'elle est relativement plus élevée pour les trois autres entreprises : CallNet : 55,7 %; Group Telecom : 47,3 % et Microcell : 50,9 %. *La partialité représente, pour chaque entreprise, le pourcentage d'unités orientées (positivement et négativement).*
- L'orientation individuelle de la couverture consacrée aux restructurations chez CallNet et AT&T ressort favorablement pour chacune de ces entreprises alors que ce même thème défavorise Group Telecom et Microcell. *L'indice d'orientation représente le pourcentage par lequel les unités orientées positivement ou négativement ont prévalu sur l'ensemble de la couverture pour chaque entreprise.*
- L'indice de tendance-impact de la couverture de Group Telecom équivaut à l'écart moyen négatif de -25 points de référence tel qu'expliqué dans l'introduction de ce document. Pour les autres entreprises, ce même indice excède les écarts moyens favorables et défavorables de -25 et +25 points. La couverture d'AT&T atteint 37 points favorables, celle de CallNet, 27,9 positifs, et celle de Microcell est de 28,5 points négatifs. *L'indice de tendance-impact marque par un pointage la prédominance des unités favorables ou défavorables par rapport à l'ensemble des unités partiales. C'est un indicateur de la tendance rémanente auprès du public lecteur.*
- En combinant à la densité des nouvelles, le taux relativement élevé de leur partialité et les indices de tendance-impact au-delà des écarts moyens généralement observés, le thème des restructurations d'entreprise se révèle un sujet de couverture qui, non seulement, interpelle fortement les médias qui en traitent mais qui suscite de leur part une expression de leur engagement.

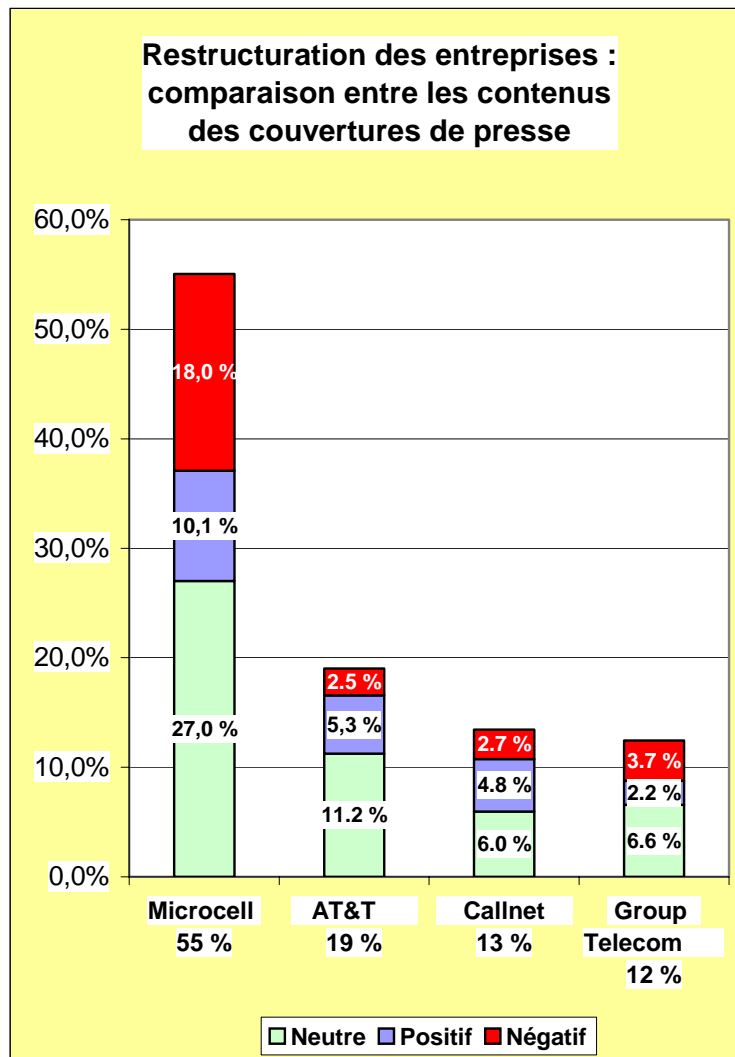
Visibilité des entreprises sur le thème de la restructuration

Comme nous l'avons vu précédemment, la restructuration d'AT&T, de CallNet, de Group Telecom et Microcell totalise 1 627 unités d'information se rattachant aux 11 sujets déterminés pour cette étude. La visibilité et la tendance de la couverture consacrée à chaque entreprise sur ce thème sont illustrées par les graphiques qui suivent. Ces tableaux mettent en relief l'écart entre ces entreprises au chapitre de la fréquence d'apparition des unités d'information décodées et la rémanence qui se dégage de la couverture consacrée à chacune d'entre elles.



Distribution du contenu selon la visibilité de chaque entreprise

Les 1 627 unités d'information décodées sur le thème de la restructuration se répartissent, pour chaque entreprise étudiée, en unités positives, négatives et neutres. Voici donc comment ces unités neutres ou orientées (positivement et négativement) se répartissent entre les quatre entreprises.



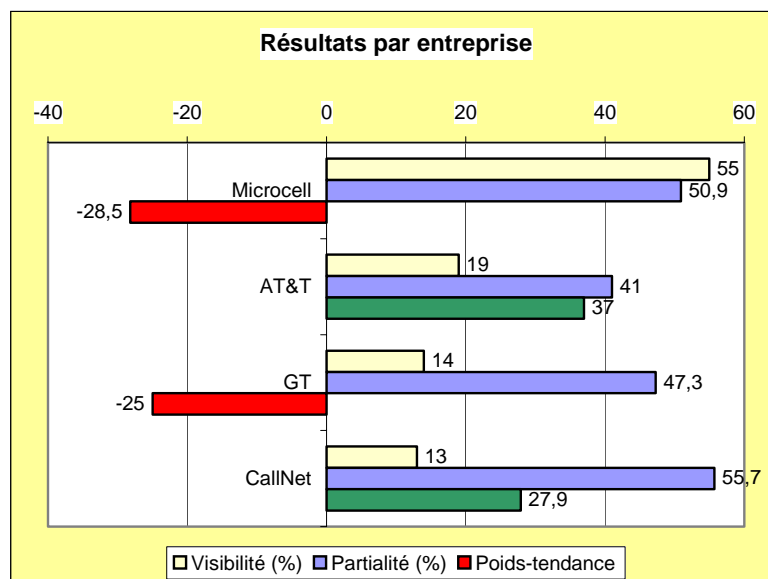
De ce tableau se dégagent les observations suivantes à propos de la restructuration:

- La couverture de CallNet est la plus partielle : 8 % du contenu est orienté par rapport à 6 % neutre.
- La couverture d'AT&T contient le plus d'éléments neutres : 11 % de contenu neutre par rapport à 8 % d'orienté.
- Microcell se distingue à tous les points de vue de ses concurrents au chapitre de la densité, de la visibilité et de la forte partialité.

- Le pourcentage de contenu négatif (18 %) de la couverture de Microcell est égal à l'ensemble de la couverture traitant d'AT&T (18 %). Ce dernier pourcentage représente deux fois le contenu négatif combiné de ses concurrents (9 %).
- Le pourcentage (10 %) de contenu favorable à Microcell est proportionnellement inférieur à la combinaison des contenus favorables de ses concurrents (12 %).

Comparaison entre les quatre couvertures

Selon le mandat reçu de BDDS | Weber Shandwick, les couvertures de presse d'AT&T, de CallNet, de Group Telecom et de Microcell à propos de leur restructuration ont été analysées séparément en utilisant les mêmes sujets, les mêmes catégories de classification et une question similaire pour effectuer l'évaluation des contenus (c.f. Notes méthodologiques). Voici, pour chaque entreprise, la représentation graphique des résultats de cette analyse.



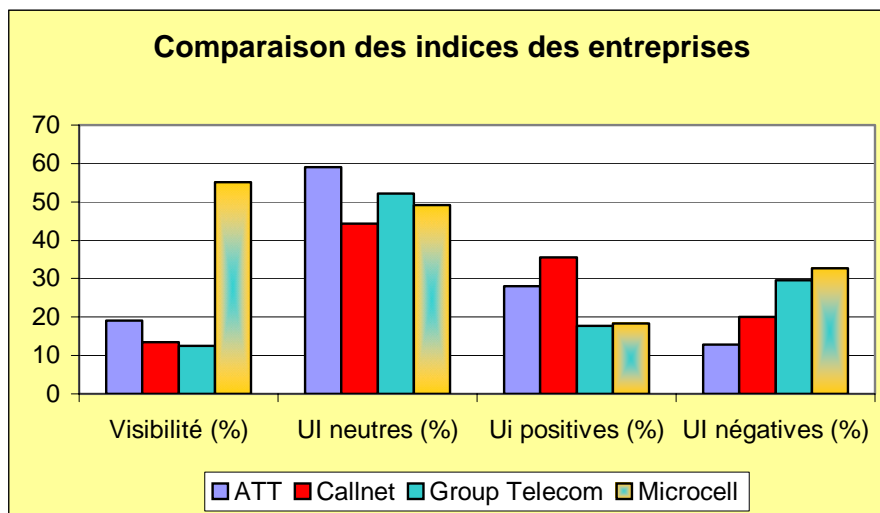
De ce tableau se dégagent les observations suivantes :

- L'entreprise la plus visible est Microcell.
- La couverture de CallNet est la plus partiiale.
- La couverture d'AT&T est la plus favorable.
- La couverture de Microcell est la plus négative.

Comparaison entre les indices des entreprises

Les observations précédentes se précisent en regroupant les résultats par indices, comme le montre le graphique suivant.

- Microcell a occupé à elle seule plus de 50 % de l'ensemble de la couverture de presse, alors que ses trois concurrentes ont eu une couverture à peu près similaire, en deçà de 20 % chacun :



- Microcell a été l'entreprise sur laquelle se sont le plus attardés les médias à propos de la restructuration. D'autant plus que sa couverture comporte le plus d'unités négatives devant Group Telecom.
- Group Telecom a reçu le moins d'unités positives, juste devant Microcell.
- AT&T et CallNet ont obtenu le plus grand nombre d'unités positives et le moins grand nombre d'unités négatives.
- AT&T a fait l'objet de la couverture la moins partielle (c'est elle qui a le plus grand nombre d'unités neutres), devant Group Telecom. Pour les journalistes, le cas de ces deux compagnies était en effet extrêmement simple, si bien qu'il n'y a presque pas eu de débat : AT&T avait un bel avenir grâce au plan de restructuration qui allait supprimer sa dette, alors que Group Telecom était, de l'avis général, condamnée.
- CallNet et Microcell ont reçu une couverture plus partielle. Les médias ont davantage exprimé leur position à propos de ces deux entreprises.
- Dans le cas de Microcell, l'importance de sa couverture de presse en témoigne, la plupart des journalistes n'ont pas cru au plan de restructuration de la compagnie, ce qui a ensuite donné lieu à un débat dans la presse quant à son avenir.

- Dans le cas de CallNet, les opinions les plus diverses se sont exprimées, ce qui n'a pas empêché les médias de se montrer très favorables à son plan de restructuration.

Nous verrons par l'analyse détaillée des sujets et des catégories de classification du contenu comment se précisent ces indices. Toutefois certains éléments descripteurs des entreprises et certaines expressions fréquemment répétées fournissent des pistes intéressantes d'explications tirées de la matière analysée. Celles-ci se rattachent à la taille de l'entreprise, à sa localisation géographique, à sa situation par rapport à d'autres, à ses difficultés financières ou au type de service offert. En voici quelques exemples.

Citations décrivant les compagnies en général

AT&T

« La plus importante des compagnies de téléphone qui ont vu le jour à la suite de la déréglementation » (Journal de Montréal, 16 octobre 2002).

« La société torontoise » (La Presse, 15 octobre 2002).

« La plus importante des compagnies de téléphone ayant vu le jour à la suite de la déréglementation qui a mis fin aux monopoles régionaux d'entreprises tels que Bell Canada et Telus ».

« La société de téléphonie, plus sérieuse menace aux anciens monopoles ».

"The money losing company" (Financial Post, 3 octobre 2002).

"Canada's largest alternative telecom carrier" (15 novembre 2002).

Group Telecom

"The Toronto based company" (National Post, 20 février 2002).

"Telephone and Internet service provider" (idem).

"A money-losing provider of local-phone and Internet Service in 17 Canadian markets".

"Struggling Canadian telecoms carrier" (National Post, 26 septembre 2002).

The third largest of Canada's alternative telecom carriers, after AT&T Canada and Sprint Canada).

« Le fournisseur de services téléphoniques » (Le Devoir, 27 juin 2002).

CallNet

"CallNet enterprises Inc, parent of Sprint Canada" (The Gazette, 6 avril 2002).

"Phone and Internet services company CallNet enterprises Inc" (National Post, 21 février 2002).

"The company that runs Sprint Canada" (The Gazette, 21 février 2002).

« Au pays, CallNet est l'une des 3 dernières survivantes parmi celles qui s'étaient lancées contre les puissances de la téléphonie, Bell Canada et Telus ». [Les 2 autres, selon l'auteur, sont Group Telecom et AT&T Canada] (La Presse, 4 avril 2002).

Microcell

"The embattled operator of the Fido cellular phone network" (The Gazette, 24 décembre 2002).

« La plus petite des quatre compagnies canadiennes » [description couramment utilisée par plusieurs journaux] (La Presse, 10 décembre 2002).

« Le fournisseur de téléphones sans fil montréalais » (La Presse, 19 décembre 2002).

"The money losing, debt burdened wireless carrier struggles to survive" (Financial Post, 11 décembre 2002).

"Fido has been given a new leash on life. But Microcell Telecommunications Inc., provider of the canine-branded mobile phone service, isn't out of the doghouse just yet, analysts say" (Toronto Star, 4 janvier 2003).

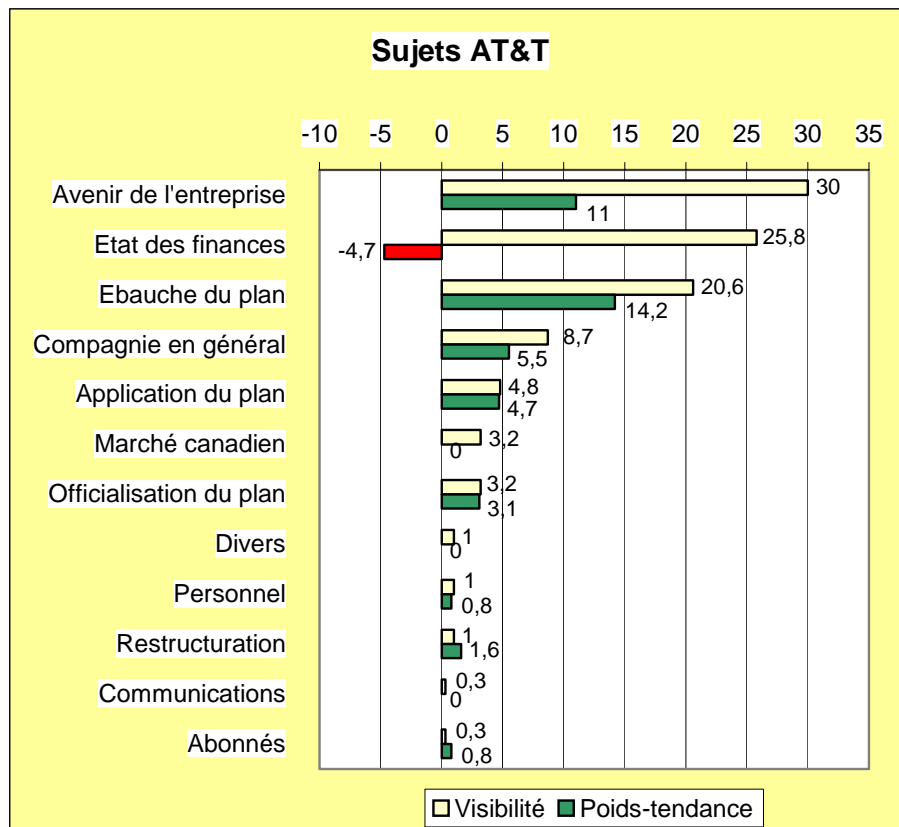
ANALYSE DÉTAILLÉE DES SUJETS POUR CHAQUE ENTREPRISE

Note d'introduction : dans cette section, toutes les statistiques sont présentées en nombre de points suivi du signe + ou -, selon la tendance positive ou négative des indices.

Les sujets AT&T

L'orientation des sujets relatifs à AT&T est favorable à un point tel qu'elle laisse à peine entrevoir que l'entreprise a dû se réfugier sous la protection de la *Loi sur les arrangements* pour pouvoir continuer son exploitation et préparer son plan de restructuration. Un seul sujet, **état des finances** (4,7 points négatifs) vient rappeler cet état de fait et notamment que la *dette* de la compagnie s'élève à 4,5 milliards de dollars, la dette la plus importante des quatre entreprises faisant l'objet de cette analyse de presse.

Voici en détail la liste des sujets retracés dans la couverture d'AT&T :



Avenir de l'entreprise

L'**avenir de l'entreprise** a occupé la plus grande partie de la couverture de presse d'AT&T. Curieusement, c'est à propos de sa *dette* que le sujet a été le plus positif (3,9 +). Les médias ont repris, sans commentaires, les explications fournies par les dirigeants de l'entreprise à l'effet que « l'entreprise n'aura plus de dette d'ici la fin du premier trimestre 2003¹¹ » (*Toronto Star*, 28 novembre 2002).

La mauvaise santé financière de ses *concurrents* lui a également été favorable (1,6 +), alors que ses *négociations avec les créanciers* se déroulaient bien (1,6 +). Les aspects défavorables à l'**avenir de l'entreprise** se rattachent aux rumeurs de *rachat* par Telus (1,6 -), ainsi qu'au problème évoqué par une nouvelle identification corporative (un nouveau nom) que devra choisir l'entreprise puisque AT&T USA mettra fin au privilège actuel relié à l'utilisation du nom « AT&T ». En effet, la participation de l'entreprise américaine dans le capital de la compagnie canadienne sera considérablement réduite, une fois le plan de restructuration accepté.

État des finances

L'**état des finances** est le seul sujet négatif pour l'entreprise, la *dette* (2,4 -) constituant, selon les médias, le seul véritable point faible de la compagnie basée à Toronto. Les analystes financiers sont d'ailleurs du même avis (1,6 -).

La *Loi sur les arrangements* permettant à AT&T de ne plus avoir à faire face à ses obligations financières pendant sa restructuration a néanmoins eu un impact très favorable sur le sujet (3,9 +), comme en témoigne David Lazzarato, directeur financier d'AT&T, déclarant que « cette prolongation nous [AT&T] donne le temps nécessaire pour compléter notre processus de restructuration du capital » (*La Presse*, 15 novembre 2002). Le dossier se rapportant à la *Loi sur les arrangements* a d'ailleurs évité au sujet **état des finances** de connaître un indice encore plus négatif.

Ébauche du plan

L'**ébauche du plan** est le sujet le plus positif pour AT&T puisqu'il atteint 14,2 +. Encore une fois, ce résultat particulièrement favorable provient des retombées qui ont suivi la transmission de renseignements par l'entreprise à propos de l'avancement des *négociations avec les créanciers* (6,3 +). Les médias ont notamment rapporté les propos de David Lazzarato expliquant qu'il était « heureux des progrès effectués avec nos porteurs d'obligations [et que] nos discussions se trouvent à un stade avancé » (*La Presse*, 15 novembre 2002).

Les journalistes ont conséquemment rapporté d'un œil favorable l'ébauche du plan visant à supprimer la dette. John McLennan, vice-président et directeur général, confirme d'ailleurs à ce propos que « lorsque [AT&T] sera sortie de cette période,

¹¹ “The company will emerge before the end of the first quarter of 2003 with no debt”.

[AT&T] deviendra une entreprise indépendante sans dette¹² » (*Toronto Star*, 16 octobre 2002).

Finalement tout ce qui concerne le plan de restructuration d'AT&T lui a été favorable puisque **l'application du plan** ressort positivement, avec un indice de 4,7 +, et **l'officialisation du plan**, 3,1 +.

Les autres sujets

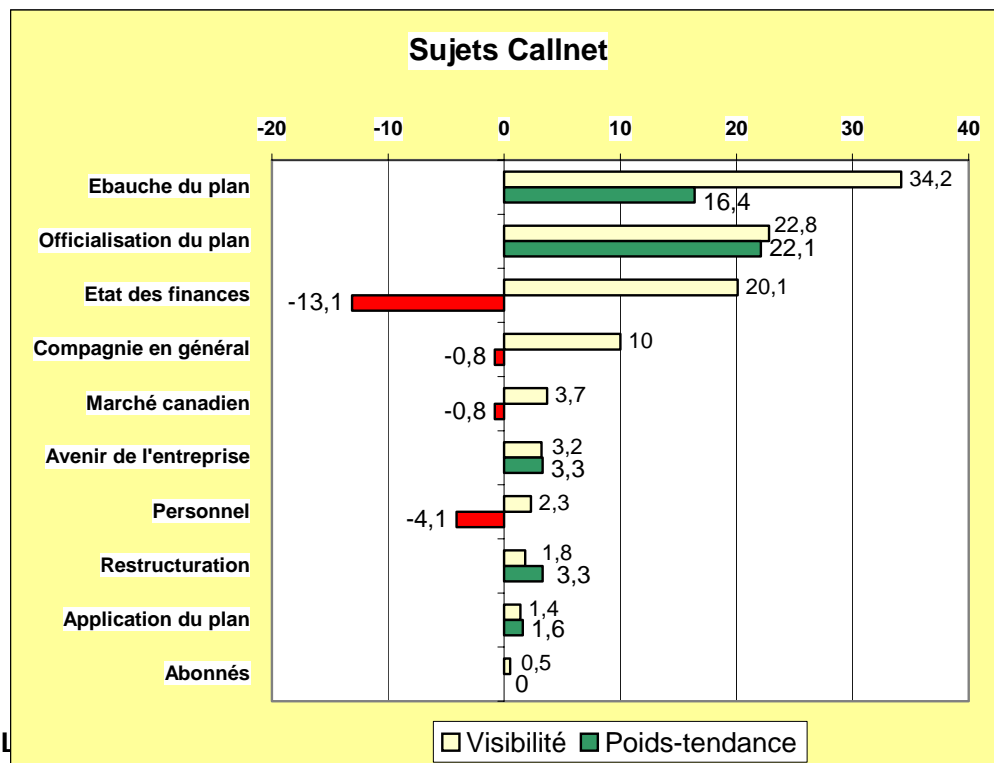
Le sujet **compagnie en général** compte pour 5,5 points positifs sur l'ensemble de la couverture, les descriptions de l'entreprise faites par les journalistes lui étant souvent très favorables.

Tous les sujets mineurs sont positifs, à l'exception de celui afférant au **marché canadien** qui se retrouve au neutre. Le fait que quatre entreprises se disputent le **marché canadien** a créé des doutes dans l'esprit des journalistes à propos de la viabilité des entreprises du secteur.

¹² “When we come out of this, we come out an independent company with zero debt”.

Les sujets CallNet

Tout comme AT&T, CallNet connaît une orientation très favorable. Voici la liste détaillée des sujets traitant de l'entreprise :



L'**ébauche du plan** est le sujet le plus visible de toute la couverture de l'entreprise puisqu'il y occupe plus du tiers des unités s'y rapportant. C'est dire l'intérêt qu'il suscite auprès des médias. Son poids est très positif (16,4 +) et son impact sur la *dette* a obtenu la faveur des médias (4,9 +). *The Gazette* constate notamment que « si le plan est accepté, la dette de CallNet sera réduite à 600 millions de dollars par rapport aux 2,6 milliards actuels, ce qui permettra d'économiser 485 millions de dollars d'intérêts durant les quatre prochaines années¹³ » (*The Gazette*, 21 février 2002).

Le cours du titre bénéficie également de l'**ébauche du plan** quand les spéculateurs entreprennent de faire des réserves pressentant qu'« un accord s'approchait¹⁴ » (*National Post*, le 9 février 2002).

Les journalistes rapportent favorablement les *négociations avec les créanciers* (3,3 +), ajoutant qu'« en février, en proposant de se restructurer, CallNet disait déjà que le plan avait l'appui de plus de 50 % des détenteurs de billets » (*Le Devoir*, 4 avril 2002).

¹³ "If the plan passes, CallNet's debt will fall to \$600 million from \$2.6 billion, saving \$485 million in interest costs over the next four years".

¹⁴ "an agreement is close".

Par contre, **l'ébauche du plan** est moins bien perçue par les médias par rapport au projet de redistribution du capital aux *actionnaires* (4,1 -), puisque ceux-ci notent dans l'ensemble que les « actionnaires actuels [verraient] leur participation réduite à 20 » (*Le Devoir*, 21 février 2002).

Officialisation du plan

L'officialisation du plan est le sujet le plus favorable à CallNet (22,1 +), ce qui indique que les médias ont réellement apprécié le plan de restructuration de la compagnie, puisque **l'ébauche du plan** avait déjà eu un impact très positif.

Le dossier *autres* a l'impact le plus important concernant l'orientation de ce sujet (9,8 +). **L'officialisation du plan** ne s'est en effet pas toujours accompagnée d'un événement précis, le président Bill Linton affirmant par exemple qu'ils [les dirigeants de CallNet] se sentaient « très encouragés par ce solide appui » des détenteurs de billets et d'obligations (*La Presse*, le 4 avril 2002).

Ce dernier ajoutait le 6 avril, toujours dans *La Presse*, qu'il était très satisfait des *négociations avec les créanciers* (5,7 +) qui avaient permis de déboucher sur l'accord final : « le soutien accordé [...] par les détenteurs de nos titres constitue une marque d'approbation importante pour notre entreprise et notre plan d'activité ».

Les *actionnaires* ont également joué un rôle clé, selon les médias, dans l'officialisation du plan, puisque « 96 % [d'entre eux] se sont prononcés en faveur du projet de refonte » (*Le Devoir*, 6 avril 2002).

Il est également intéressant de noter que ce sont surtout les médias francophones qui se sont enthousiasmés à propos de l'officialisation du plan de CallNet puisqu'ils ont eue une tendance favorable de 15,6 + à son égard, relativement à 6,6 + pour les médias anglophones.

Les sujets négatifs

Bien que bénéficiant d'une couverture de presse dont l'ensemble est presque aussi favorable que celle d'AT&T, CallNet n'en subit pas moins le contrecoup de plusieurs sujets négatifs. **L'état des finances** est le plus négatif d'entre eux (13,1 -). Nous y reviendrons dans la section consacrée à la comparaison de ce sujet entre les quatre entreprises.

Les sujets **compagnie en général** et **marché canadien** ont tous les deux un impact négatif de 0,8 -. Les médias s'interrogent sur les liens qu'entretiendrait CallNet avec Sprint USA après **l'application du plan** de restructuration puisque la part de la société américaine allait diminuer. La taille du **marché canadien** préoccupe également les journalistes, sans toutefois les rendre alarmistes quant à **l'avenir de l'entreprise** qu'ils jugent favorablement (3,3 +).

En revanche, les journalistes n'ont pas manqué de rappeler que le plan de restructuration de la compagnie faisait suite à la *mise à pied* de 360 personnes en 2001, soit 15 % des effectifs de l'entreprise. Cet événement fut rappelé dans plusieurs quotidiens par la publication de la même dépêche de la Presse Canadienne; sa visibilité a eu un impact défavorable assez marqué sur le sujet **personnel** de l'entreprise (4,1 -).

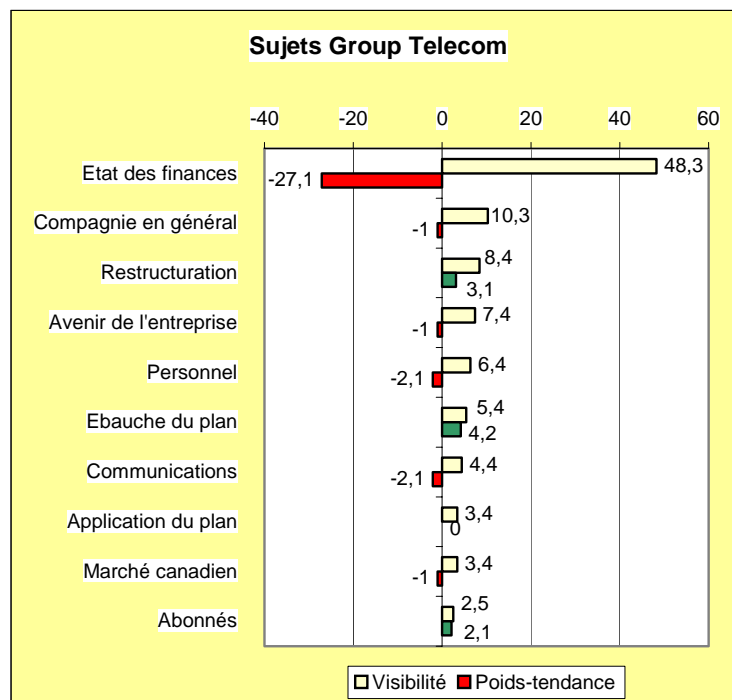
Les sujets Group Telecom

Si la plupart des sujets traitant de Group Telecom sont quasiment neutres, il n'en résulte pas moins que la tendance qui se dégage de sa couverture de presse lui est défavorable. Comme le montre le graphique qui suit, c'est essentiellement **l'état des finances** qui a préoccupé les médias et contribué à la couverture de presse négative.

L'état des finances

L'**état des finances** occupe près de la moitié de la couverture de presse consacrée à Group Telecom. Il constitue le sujet sur lequel les journalistes se sont particulièrement attardés, la *dette* de l'entreprise atteignant 1,6 milliard de dollars, en dépit du fait qu'elle était la moins endettée des quatre.

Group Telecom s'est vu dans l'obligation d'annoncer qu'elle ne pouvait plus respecter une clause imposée par ses créanciers. Les médias ont propagé assez largement cette nouvelle et dans un même élan, constaté qu'en conséquence « Group Telecom [avait] perdu 40 % de sa valeur boursière » (*Le Journal de Montréal*, 20 juin 2002). Du coup, l'impact sur le dossier *titre et valeur du titre* fut très défavorable (16,7 -) pendant que les mentions du niveau de la dette n'arrangeaient rien (6,3 -).



Compagnie en général

La **compagnie en général** constitue le deuxième sujet en terme de visibilité. Il est très légèrement négatif (1 -), les médias choisissant la plupart du temps de décrire l'entreprise de façon neutre : « Group Telecom, entreprise qui gère un réseau national de fibre optique », ou encore : « Group Telecom est le troisième opérateur téléphonique au Canada », et parfois négative : « the struggling telecommunications service provider ».

Restructuration et ébauche du plan

En dépit du fait que les médias aient réagi négativement face à la *dette* de l'entreprise, ils ont apprécié son **plan de restructuration** puisque la tendance favorable des deux principaux sujets y faisant référence atteint 7,3 +.

Le recours à la protection de la *Loi sur les arrangements* a été accueilli positivement par les médias (3,1 +) car il devait « permettre de donner plus de temps [à l'entreprise] pour se trouver un acheteur ou se restructurer¹⁵ » (*National Post*, 26 septembre 2002).

Le rachat de la compagnie a d'ailleurs été perçu favorablement par la presse qui y entrevoit la meilleure solution pour assurer l'avenir de cette entreprise basée à Toronto.

Avenir de l'entreprise

Bien que les journalistes considèrent que **l'état des finances** de Group Telecom est très critique, ils sont presque sans opinion (1 -) quant à **l'avenir de l'entreprise**. Pour eux, les rumeurs de *rachat* (1 +) et la protection de la *Loi sur les arrangements* sont perçus comme des points favorables à son avenir.

En revanche, la démission de membres du *conseil d'administration* (1 -), le fait que « Group Telecom sabre 28 % de ses effectifs » (*Le Journal de Montréal*, 20 février 2002) (1 -) et la baisse de la *valeur du titre* (1 -) constituent autant d'éléments d'insécurité sur le même sujet.

Personnel

Le sujet traitant du **personnel** est négatif (2,1 -) puisque l'entreprise a dû effectuer des *mises à pied* dont font état les médias (impact de 4,2 - sur l'ensemble du sujet) : « le fournisseur de services téléphoniques abolit 360 emplois » (titre dans *Le Devoir*, 27 juin 2002).

Les autres sujets

Les autres sujets occupent une place minime dans la couverture de Groupe Telecom : défavorables à propos des *communications* de l'entreprise (2,1 -) et favorables à propos des *abonnés* (2,1 +).

¹⁵ “to allow more time to pursue a sale or restructuring”.

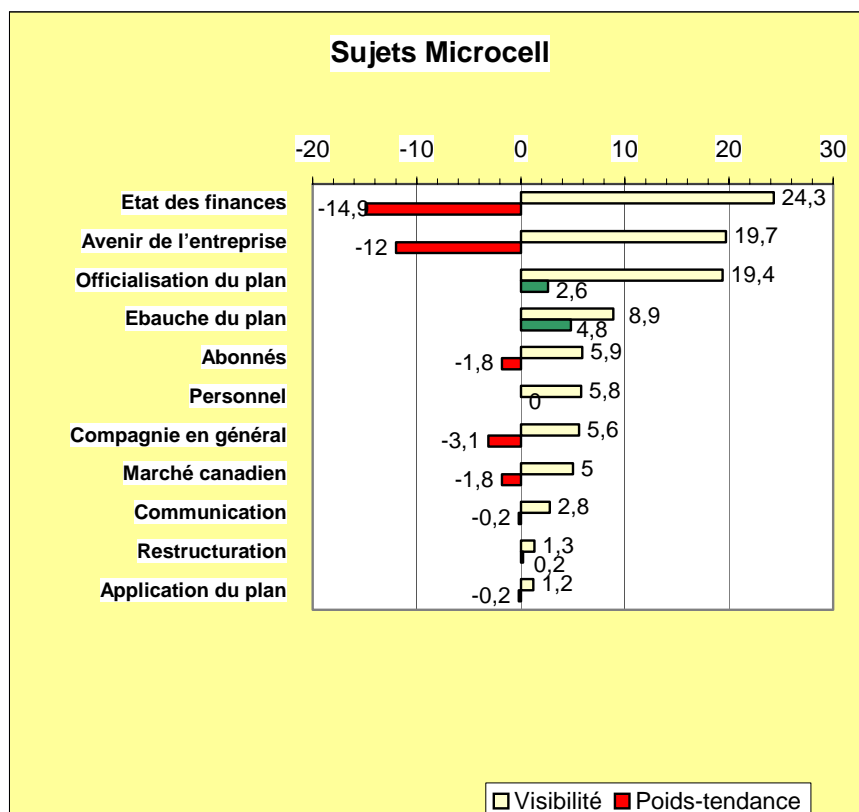
Les sujets Microcell

La couverture de presse consacrée à la restructuration de Microcell est la plus abondante parmi les quatre entreprises étudiées, tant par le nombre de nouvelles que par leur densité. Elle aborde tous les sujets déterminés dans cette analyse et recèle un grand nombre de dossiers comme on le verra après l'analyse des sujets.

C'est aussi, parmi les quatre, l'entreprise qui a connu le traitement le plus négatif de la part des médias. Comme le montre le graphique des sujets Microcell qui suit, la presse a présenté une image défavorable de la compagnie notamment à propos de **l'état de ses finances** (14,9-) d'où découle un sombre verdict sur **l'avenir de l'entreprise** (12-).

État des finances

L'**état des finances** est le sujet le plus visible et le plus négatif de la couverture de Microcell. Le poids de la *dette* (3,7 -) est évidemment la première raison qui explique ce constat négatif des journalistes, pour qui sa « lourdeur [...] fait en sorte qu'elle [Microcell] accumule les pertes nettes » (*Journal de Montréal*). Pourtant celle-ci est inférieure à celle de CallNet et d'AT&T, entreprises pour lesquelles les médias ont été beaucoup moins négatifs.



La *valeur du titre* (3,5 -) pèse lourd sur l'**état des finances** puisque les médias rappellent régulièrement que l'action de l'entreprise québécoise « avait atteint 70 dollars au début de l'an 2000 avant de glisser jusqu'à un cours plancher de 5,5 cents plus tôt dans l'année¹⁶ » (*Toronto Star*, 2 décembre 2002).

Dans ce contexte, les prévisions *des analystes* s'avèrent défavorables (1,5 -) comme on le verra plus loin à la section « *Les analystes* ».

Les *négociations avec les créanciers* apportent un contrepoids positif sur le sujet (1,5 +) en grande partie grâce aux propos du président André Tremblay dont le message précisant que « les négociations étaient constructives » a été repris à plusieurs reprises.

Si la *stratégie* de l'entreprise (1,1 -) de « vendre le service de cellulaire le meilleur marché a échoué¹⁷ » selon Eamon Hoey (*Globe and Mail*, 3 décembre 2002), le *réseau de la compagnie* n'est pas plus épargné par les médias (1,5 -). Les analystes consultés et cités ont quasiment tous déclaré que le sort de Microcell était scellé et que seul un rachat pourrait la sauver.

Comme les principaux concurrents de l'entreprise de Montréal n'utilisent pas la même technologie (le GSM dans le cas de Microcell), ils en viennent à la conclusion, selon ce qu'en rapportent les médias, que « la technologie [est] un important obstacle [à un éventuel rachat] » et que « la migration des abonnés serait très coûteuse » (*La Presse*, 7 janvier 2003). Le **réseau de la compagnie** se trouverait alors, selon les journalistes, à jouer contre Microcell elle-même.

Les *actionnaires* sont également présentés sous un angle négatif dans ce dossier (1,3 -), car les médias se sont demandés si les nouveaux propriétaires de l'entreprise, les créanciers, n'allaient pas préférer vendre tout de suite plutôt que de soutenir la compagnie à long terme.

Avenir de l'entreprise

Les journalistes ayant jugé très défavorablement la *dette* de l'entreprise ont logiquement estimé qu'elle la condamnait, ce qui explique la tendance négative du sujet **avenir de l'entreprise** (12 -). Néanmoins le poids négatif de la *dette* sur ce sujet n'explique pas tout puisqu'il n'est que de 0,9 -.

Ce sont en effet les **prévisions et cotations des analystes** qui ont eu l'impact le plus négatif (2,8 -). Ces derniers ont en effet estimé que l'entreprise ne trouverait sûrement son salut que dans un *rachat* (2,2 -), l'hypothèse de la disparition pure et simple n'étant pas écartée.

¹⁶ “Microcell’s stock rose as high as \$70 in early 2000 before sliding to hit a low of 5.5 cents in the past year”.

¹⁷ “selling the cheapest mobile service failed”.

Les Affaires titrait le 11 janvier 2003 que « Microcell n'est pas au bout de ses peines », puis poursuivait en disant que l'entreprise était « condamnée au dernier rang », soutenant que « les analystes croient que les dirigeants devront trimer dur pour maintenir la société à flot » et que ceux-ci pensent que « les nouveaux actionnaires seront motivés de trouver un acheteur rapidement ».

Le plan

Toutefois, les journalistes n'ont pas vu que du rouge par rapport à Microcell. Même s'ils ont considéré que **l'avenir de l'entreprise** était sombre, ils ont cependant apprécié son plan de restructuration, puisque les sujets **ébauche du plan** et **officialisation du plan** connaissent une orientation favorable de 7,4 +.

La tendance favorable à **l'ébauche du plan** est due en grande partie aux interventions d'André Tremblay qui a répété à plusieurs reprises que « les négociations avec les créanciers [étaient] constructives », ce qui eut un impact positif de 4,4 +.

Bien que les *prévisions des analystes* aient été défavorables lors de **l'officialisation du plan** (1,8 -), les *négociations avec les créanciers* (3,7 +) et la suppression de la *dette* qui en résulte (3,3 +), lui assurent une réception favorable de la part des médias. En revanche, ces derniers notent que les anciens *actionnaires* ne détiendraient plus que 0,1 % de l'entreprise, que leur participation serait « presque diluée complètement » (*Les Affaires*, 11 janvier 2003), si bien que l'évènement ressort dans un contexte défavorable (2,4 -).

Le personnel

Obligé d'effectuer des *mises à pied*, Microcell, comme il fallait s'y attendre, en subit le contrecoup dans les médias (2 -). Dans un autre ordre d'idée et se rattachant au sujet **personnel**, il est à noter que le dossier *primes* est également négatif. En fait, les médias ont tout d'abord apprécié que Microcell distribue « des bonis [même] pour les licenciés ». Mais c'était avant de s'apercevoir qu'elles seraient « moins élevées cette année que l'année dernière » et de constater finalement que « durant le dernier exercice, les cinq dirigeants les mieux payés de Microcell ont touché des primes allant de 82 200 \$ [à] 498 077 \$ ». Ces révélations n'ayant pas été rapportées favorablement, le dossier *primes* a donc contribué au négatif de l'ensemble du sujet (0,2 -).

Les abonnés

Le sujet **abonnés** constitue l'un des éléments clés qui a servi d'argumentation aux médias pour évaluer la situation de l'entreprise. La presse note, d'une part, que le coût d'acquisition d'un nouveau client par Microcell est le plus faible du marché, mais elle déplore, d'autre part, que son nombre *d'abonnés* semble insuffisant pour en assurer la survie. Le 3 décembre 2002, *La Presse* rapporte que « le plus petit des fournisseurs de services sans fil (avec 11 % du marché) n'avait gagné que 6 000 nouveaux clients », ce qui semble peu par rapport à la part d'AT&T, pour ne prendre que l'exemple de cette compagnie qui revendique 29 % du marché.

Peu d'abonnés, peu de revenus. Comment ceux-ci ont-ils réagi lorsqu'ils ont vu ce titre du *Journal de Montréal*, le 12 décembre 2002 : « Est-il sage d'acheter un Fido en cadeau ? » [pour Noël]. Il est permis de s'interroger sur l'impact de tels articles sur les futurs *abonnés*.

Compagnie en général

Le sujet **compagnie en général**, aussi visible que celui des **abonnés**, dessert Microcell, les journalistes ayant l'habitude de décrire quasi systématiquement Microcell comme « la plus petite des quatre entreprises de téléphone au pays », comme nous l'avons vu à la section « *Citations décrivant les compagnies en général* ».

Marché canadien

Selon les journalistes et les analystes cités, le **marché canadien** est trop petit pour quatre joueurs. Le joueur en trop étant, selon eux Microcell, ce sujet ne pouvait donc connaître qu'une orientation défavorable (1,8 -).

Les autres sujets

Communication, restructuration et **application du plan** occupent une place anecdotique sur l'ensemble de la couverture de Microcell puisque leur poids total n'est que de 0,2 -.

Les dossiers chez Microcell

Pour compléter l'analyse de la couverture consacrée à Microcell, nous étudierons plus spécifiquement les dossiers ou événements majeurs qui ont marqué la période et qui sont susceptibles de fournir quelques précisions supplémentaires.

Sur un total de 17 dossiers, seulement deux d'entre eux sont favorables à l'entreprise. Nous les aborderons brièvement afin de ne pas répéter certaines explications déjà fournies précédemment. La présentation graphique des dossiers se trouve à la page suivante.

Dossier « Autres »

Ce dossier, le plus visible de toute la couverture, a été utilisé pour classer l'« inclassable », des sujets qui ne contenaient aucun dossier particulier mais dont le contenu se rattachait directement à un sujet. C'est le cas des unités d'information se rattachant aux sujets **abonnés** (1,5 -), **avenir de l'entreprise** (1,8 -), et **compagnie en général** (1,1 -), tous négatifs et explicites.

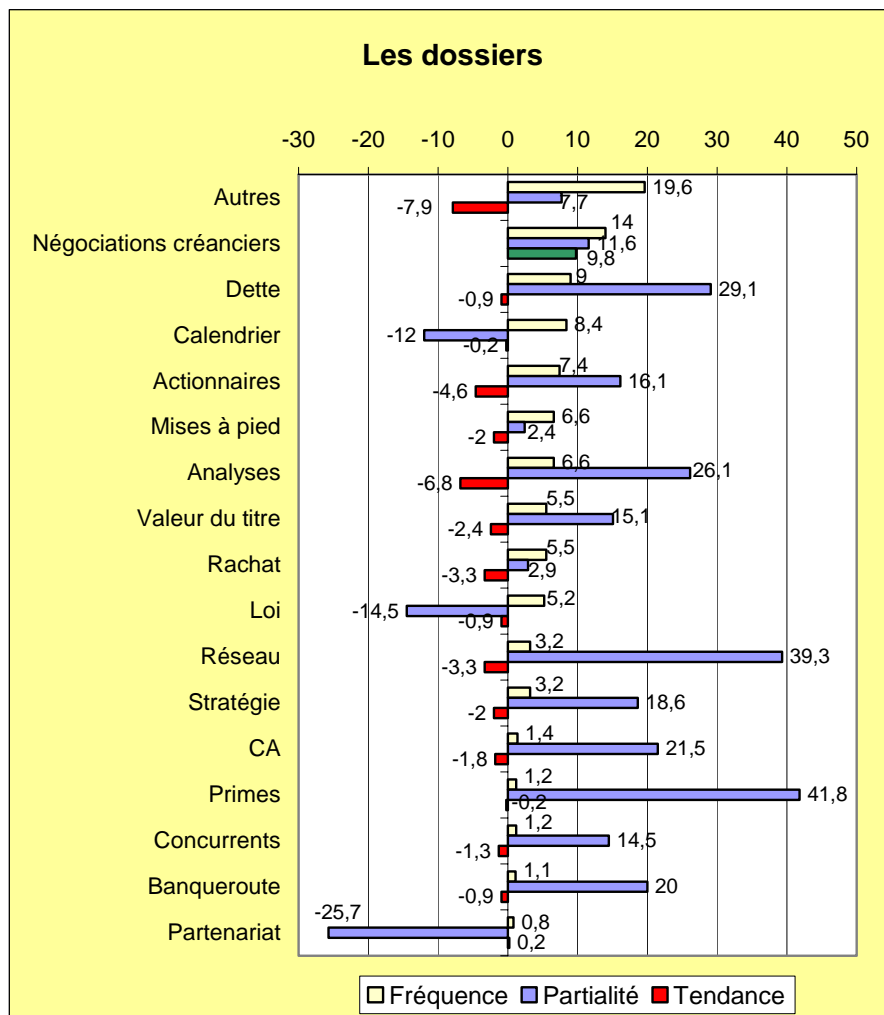
En revanche, il représente un poids-tendance de 1,8- sur **l'état des finances**. Il a été utilisé lorsqu'il ne s'agissait pas de la *dette*, donc généralement à propos des résultats financiers.

Négociations avec les créanciers

Il s'agit du dossier le plus favorable à Microcell et du deuxième en termes de visibilité. Les *négociations de la compagnie* à propos de son plan de restructuration ont joué un rôle central. Comme on l'a vu, André Tremblay, le PDG de Microcell, a réussi à faire passer dans les médias le message que les négociations étaient « constructives ». Du coup, l'impact du dossier est très favorable (9,8 +).

La dette

Les journalistes ont beaucoup mis l'accent sur la dette, qui était selon eux le problème crucial de la compagnie, si bien que le sujet **état des finances** en subit les effets très négatifs. Pourtant, si le poids de la *dette* a fait l'objet d'un examen minutieux, puisqu'il s'agit du troisième dossier en termes de visibilité, mais surtout d'un sujet pour lequel la partialité est tout juste inférieure à 70 % (69,1 %), force est de constater que ce n'est pas elle qui a inquiété les médias outre mesure. En effet le poids de ce dossier n'est que de 0,9 -.



L'indice de partialité représente ici les tranches supérieures ou inférieures au fameux taux de 40 % mis en évidence dans la présentation de cette étude.

Calendrier des paiements

Tous les journaux ont traité ce dossier, se demandant tous de quoi serait fait **l'avenir de Microcell** puisque, au début de décembre 2002, l'entreprise « avait envoyé un signal financier fort inquiétant, en ne payant pas des intérêts s'élevant à 29,3 millions de dollars américains pour une dette non sécurisée de 417 millions de dollars¹⁸ » (*The Gazette*, 24 décembre 2002).

Toutefois, d'autres problèmes plus préoccupants ont meublé l'actualité de la compagnie, cet événement a donc été abordé de façon assez neutre (0,2 -).

Les actionnaires

Le dossier des *actionnaires* est le plus négatif après celui regroupant les *autres*, (tendance défavorable de 4,6 -). Les journalistes se sont en effet inquiétés pour les petits et anciens *actionnaires* de Microcell qui, comme on l'a vu, ne détiendront plus que 0,1 % du capital de l'entreprise.

Mises à pied

L'annonce des licenciements recèle une orientation négative dont les médias ne peuvent que rendre compte. Les 149 *mises à pied* qu'a dû effectuer Microcell génèrent un impact défavorable de 2 -.

Il est intéressant de noter que le poids de cette décision a également été perçu défavorablement par les médias pour **l'état des finances** de l'entreprise (0,9 -). En effet, pour le *Toronto Star*, c'est bien la preuve que « la capacité de la compagnie à respecter ses engagements financiers ne s'est pas améliorée¹⁹ » (10 décembre 2002), alors que *La Presse* voit dans cette opération « une charge de 4,3 millions de dollars » qui pèsera encore davantage sur les finances de l'entreprise.

Prévisions, cotations des analystes

Il s'agit avec le dossier *actionnaires* du plus défavorable sur l'ensemble de la couverture pour Microcell (6,8 -). Les analystes ont, à travers ce dossier, joué un rôle crucial en ce qui concerne l'orientation générale de la couverture consacrée à l'entreprise, (partialité atteignant 66,1 %). Les citations provenant des analyses sont analysées plus en détail dans la section traitant des catégories d'intervenants.

¹⁸ “sent out a financial-distress signal Dec. 2, skipping a \$29.3-million (U.S.) interest payment on \$417 million U.S. in unsecured debt”.

¹⁹ “ability to meet its financial commitments has not improved”.

Valeur du titre

Ce dossier apparaît dans presque tous les articles, très souvent dans les dernières lignes. Les journalistes ont souvent rappelé le cours du titre, n'hésitant pas à comparer sa valeur actuelle à son plus haut historique, mettant ainsi en relief sa « glissade ». Du coup, l'orientation de ce sujet ne pouvait qu'être négative (2,4 -).

Rachat

La santé financière de Microcell a poussé les journalistes à se demander quel pourrait être **l'avenir de la compagnie**. La rumeur d'un *rachat* par Rogers a alors circulé avec une certaine insistance dans les médias, rumeur que la direction tentait de démentir. Les rumeurs de *rachat*, quand celui-ci n'est pas souhaité, sèment l'inquiétude, si bien que cet événement a eu pour conséquence de peser une nouvelle fois sur la tendance négative de la couverture de l'entreprise (3,3 -)

Loi sur les arrangements

Longtemps, les médias ont pressenti que Microcell n'aurait d'autre choix pour survivre que de se mettre sous la protection de la *Loi sur les arrangements*. Les dirigeants ont d'abord nié, espérant que Microcell pourrait continuer à faire face à ses obligations financières. Mais l'entreprise a finalement dû y recourir.

Les médias n'ont pas été trop négatifs à ce sujet, admettant que cela permettrait à l'entreprise de se donner du temps pour peaufiner son plan de restructuration et ce, en dépit du fait que les analystes cités aient continué d'être très critiques, ne voyant là qu'un moyen pour l'entreprise de se donner un répit. Ils prédisaient donc que les vrais problèmes ressurgiraient très vite.

Le réseau de la compagnie

Microcell utilise le GSM. Loin de le considérer comme un avantage, les médias y voient surtout un inconvénient. Selon eux, la solution pour Microcell passe par un *rachat*. Mais les journalistes constatent que les concurrents susceptibles de racheter l'opérateur québécois n'utilisent pas cette technologie ce qui génère un impact défavorable, car les médias concluent que les acheteurs potentiels risquent de ne pas être intéressés par une entreprise dont le réseau est difficilement compatible avec le leur.

En outre, le *réseau de Microcell* n'étant pas suffisamment étendu à l'extérieur des villes, la presse estime que la croissance de l'entreprise grâce à de nouveaux abonnés en serait d'autant plus difficile. En conséquence, ce dossier génère une tendance négative (3,3 -) d'autant plus qu'il occupe le deuxième rang en termes de partialité, les journalistes ayant abordé ce dossier de manière défavorable.

Stratégie et conseil d'administration

Ces deux dossiers sont négatifs, même si leur poids n'est pas très important (3,8 - à eux deux).

Journalistes et analystes cités n'apprécient pas la *stratégie* de tarification de Microcell . Selon Eamon Hoey, « la stratégie de Microcell de vendre les services de cellulaires les meilleurs marchés a échoué²⁰ » (*Globe and Mail*, 3 décembre 2002).

Dans un autre ordre d'idée, deux membres du *conseil d'administration* de l'entreprise ayant démissionné, l'impact de cet évènement est présenté défavorablement.

Les primes

Le dossier *primes* est négatif. Comme on l'a vu précédemment, les médias présentent favorablement la distribution de *primes* aux salariés licenciés, mais pas les sommes versées aux dirigeants. Du coup, ce dossier a connu très peu d'unités neutres, ce qui explique son taux élevé de partialité (81,8 %)

Concurrents et banqueroute

Concurrents et *banqueroute* constituent les deux derniers dossiers négatifs dont la visibilité est la moins grande. Leur poids cumulé atteint 2,2 -. Les médias ont assez souvent parlé de *banqueroute* à propos de Microcell, les chances de survie de l'entreprise leur paraissant tellement minces par moment.

Dans ce contexte, les journalistes ont vu là une chance pour les *concurrents* de Microcell. Shio Kona, l'analyste de Gestion d'actifs MGP Média, se disant par exemple « convaincu que Microcell livre une concurrence moins féroce qu'avant à Bell Mobilité, Rogers sans-fil et Telus Mobilité », notant qu'« il y en a un qui est en difficulté, [ce qui] leur facilite la tâche » (*La Presse*).

Partenariats

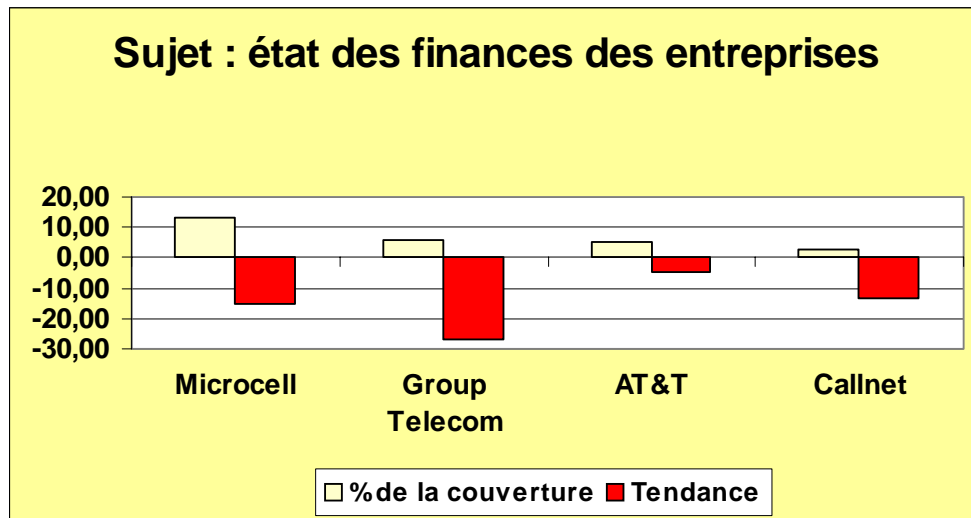
Avec un poids de 0,2 + et la moins grande visibilité de toute la couverture de presse de l'entreprise (0,8 %), le dossier *partenariats* se trouve être le deuxième et dernier dossier positif pour Microcell. En effet, des médias ont rapporté que Microcell pourrait « acquérir un partenaire stratégique » (*Toronto Star*, 23 décembre 2002).

²⁰ “strategy of selling the cheapest mobile service failed”.

ANALYSE DES CATÉGORIES COMMUNES

Le sujet « État des finances »

L'**état des finances** est un sujet partagé par les quatre entreprises et qui domine leur couverture. Parce qu'elles connaissent toutes des difficultés financières, le sujet se retrouve au négatif pour toutes, comme on peut le constater sur le graphique suivant :



Le poids de la *dette* explique l'orientation négative du sujet. Néanmoins, les médias n'ont pas traité ce dossier de la même façon pour chacune : ils ont été moyennement défavorables pour Microcell et CallNet, très défavorables pour Group Telecom et presque neutres pour AT&T. La presse estime que Group Telecom a peu de chance de s'en sortir alors que, grâce à son plan de restructuration, AT&T réussirait à s'en tirer pratiquement sans dommage.

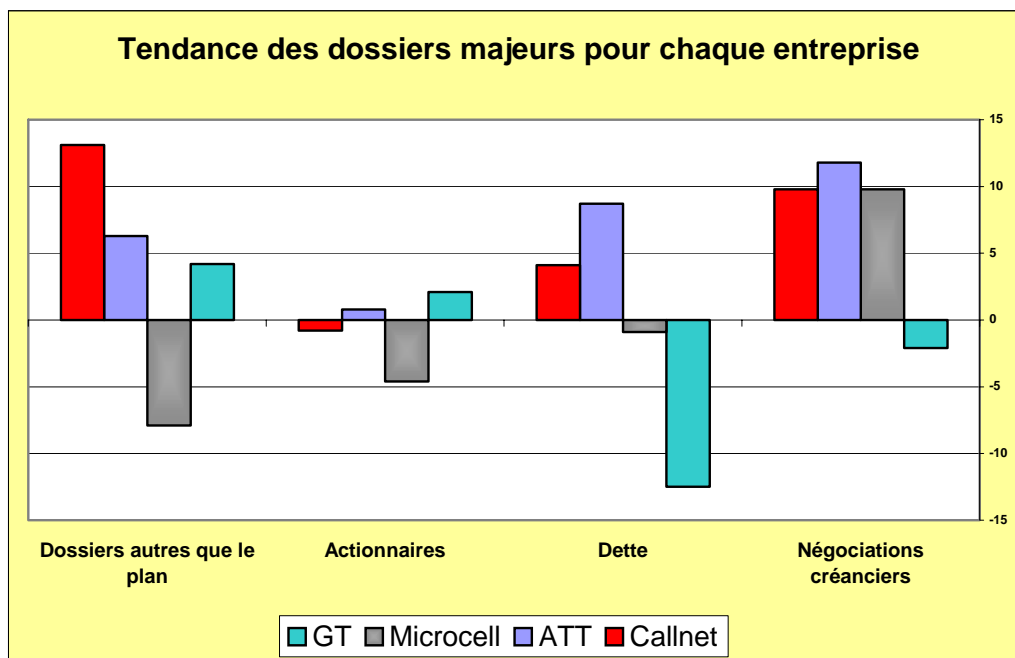
Les médias se sont également demandés si le poids de la *dette* chez CallNet n'anéantirait pas l'entreprise, mais ils ont toutefois été plus critiques à l'égard de Microcell (13,1 - contre 14,0 -), s'interrogeant même à propos de la survie de l'entreprise après la mise en place de son plan de restructuration car, affirment-ils, elle perdait toujours de l'argent à chaque trimestre.

Les quatre dossiers majeurs

En cours d'analyse des résultats, nous avons observé quatre dossiers majeurs dans la couverture de chacune des entreprises ; trois sont spécifiques et le quatrième, d'ordre général, regroupe des unités associées directement à des sujets. Le graphique de la page suivante donne quelques explications.

Le dossier « actionnaires »

Le sort réservé aux *actionnaires* a occupé une bonne partie de la couverture de presse de chaque entreprise, à l'exception de Group Telecom, pour qui ce dossier ne représente que 2 % du contenu de sa couverture. Dans ce dernier cas, l'impact de ce dossier est le plus favorable : les médias rapportent que l'un de ses *actionnaires*, Shaw Communication, tente de soutenir l'entreprise.



Le dossier *actionnaires* est légèrement défavorable pour CallNet (tendance de 0,8-), car si les « détenteurs de la dette ont voté à 96 % en faveur du plan²¹ » (*Toronto Star*, 4 avril 2002), les médias notent que « les actionnaires actuels se retrouveraient donc avec une part d'à peine 20 % » (*Journal de Montréal*, 22 février 2002).

L'orientation de la couverture est à l'opposé pour AT&T et Microcell, bien que les deux compagnies aient toutes deux connu des situations similaires. Le même dossier présente une tendance favorable pour AT&T (0,8 +) alors qu'il est très défavorable pour Microcell (4,6 -).

Dans le premier cas, les médias rapportent avec abondance les propos de David Lazzarato, responsable financier d'AT&T Canada déclarant : « Nous envisageons une restructuration qui fasse consensus et se réalise dans l'intérêt de tous nos actionnaires²² » (*Toronto Star*, 12 septembre 2002).

En revanche, le retrait de VoiceStream, le troisième actionnaire en importance de Microcell, a eu un poids très négatif sur sa couverture. **L'officialisation du plan** a également été interprétée très négativement pour les *actionnaires*, puisque les médias remarquent que « du coup, les détenteurs d'actions ordinaires ne se

²¹ "stock holders voted 96 per cent to approve the deal".

²² "We view a consensual restructuring as achievable and in the best interest of all our stakeholders".

retrouvent qu'avec 0,1 % des parts. 'Les petits actionnaires sont balayés', constate l'analyste Kona Shio.

Le dossier consacré aux *actionnaires* est donc très défavorable pour Microcell, comparé à ses trois concurrents.

Le dossier « dette »

Comme on l'observe plus haut, le dossier dont le poids s'avère le plus négatif est celui de la dette et touche plus particulièrement Group Telecom (12,5 -). Microcell fait l'objet d'un traitement légèrement négatif à ce propos tandis que AT&T et CallNet en ressortent au positif. Les médias ont tout simplement mieux accueilli les plans de ces deux dernières, qui allaient leur permettre de supprimer totalement leur dette, alors qu'à l'inverse, Group Telecom se voyait condamnée malgré son plan et que Microcell semait le doute.

Dans leur couverture de Microcell, les médias ont tout d'abord stigmatisé l'importance de la *dette* de l'entreprise, avant de finalement constater que celle-ci « verrait le niveau de sa *dette* ramené de 2 milliards de dollars à environ 350 millions de dollars²³ » (*The Gazette*, 6 janvier 2003).

Le dossier « négociations avec les créanciers »

Les *négociations avec les créanciers* ressortent favorablement pour Microcell, tout comme pour AT&T et CallNet. Celles-ci ont en effet été maintes fois qualifiées de « constructives », ce qui ne fut pas le cas pour Group Telecom. Dans ce dernier cas, la presse précise que GT est sous la menace de ses créanciers d'« exiger le remboursement immédiat de deux facilités de crédit, totalisant 220 M\$ », montant correspondant aux liquidités dont elle dispose et lui permettant de poursuivre ses activités (*Journal de Montréal*, 20 juin 2002).

Les dossier « autres »

Le dossier « *autres* » regroupe les unités d'information ne traitant pas de la restructuration comme telle. Il est très négatif pour Microcell et très favorable aux trois autres entreprises. Les quatre sujets suivants ont fait pencher au négatif l'orientation de ce dossier : **l'état des finances** de Microcell (1,8 -), son **avenir** (1,8 -), les **abonnés** (1,5 -) et la **compagnie en général** (1,1 -). Les médias ont en effet noté que « la santé financière de Microcell est fragile » (*Journal de Montréal*, 12 décembre 2002), puisqu'elle continue à perdre de l'argent chaque trimestre et que, dans ces conditions, son avenir paraît bien sombre puisqu'il lui sera difficile, sans liquidités, de faire de la publicité. Alors que « décider de ne pas faire de publicité dans l'industrie du sans-fil, particulièrement durant le plus important

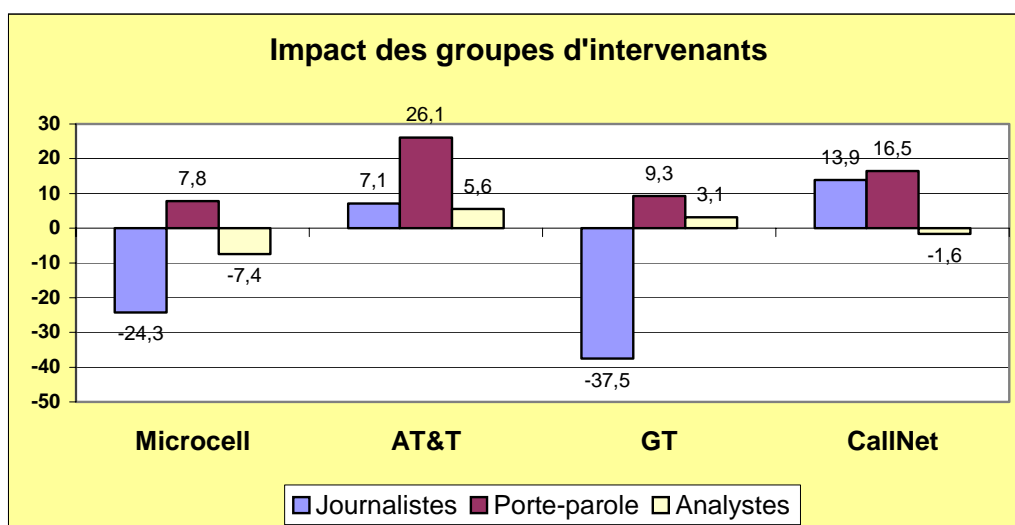
²³ “would have about \$350 million in debt after the restructuring, compared with more than \$2 billion currently”.

trimestre financier de l'année²⁴ », serait extrêmement dommageable pour l'avenir (*Toronto Star*, 16 décembre 2002).

Les groupes d'intervenants

Microcell est l'entreprise à propos de laquelle se sont exprimés le plus grand nombre d'intervenants.

Afin d'établir une comparaison entre les quatre couvertures de presse étudiées, nous avons regroupé les intervenants sous trois catégories : les journalistes, les porte-parole des entreprises et les analystes, puisqu'ils appartiennent tous à l'une ou l'autre de ces catégories. Le tableau ci-dessous illustre l'impact qu'ils ont eu sur la couverture de chaque entreprise.



Microcell est la seule entreprise pour qui le groupe des porte-parole est le seul à dégager un impact positif sur la couverture qui lui est consacrée. Les analystes, très pessimistes quant aux chances de survie de « la plus petite des quatre entreprises de téléphonie au pays » (*La Presse*, 10 décembre 2002), ont eu tendance à communiquer leurs doutes aux journalistes qui se sont montrés très négatifs. Chris Diceman en est une illustration éloquentes à travers ses propos rapportés par *La Presse* : « Ça me semble irréaliste » (*La Presse*, 7 janvier 2003), parlant du plan de restructuration de Microcell, tandis que Ghose Dvai déclare à une agence de presse que « tout à fait honnêtement, [il] pense que le plan est vraiment irréalisable » (*Canadian Press*, 7 janvier 2003).

²⁴ «Deciding not to advertise in the wireless industry, particularly during the most important financial quarter of the year”.

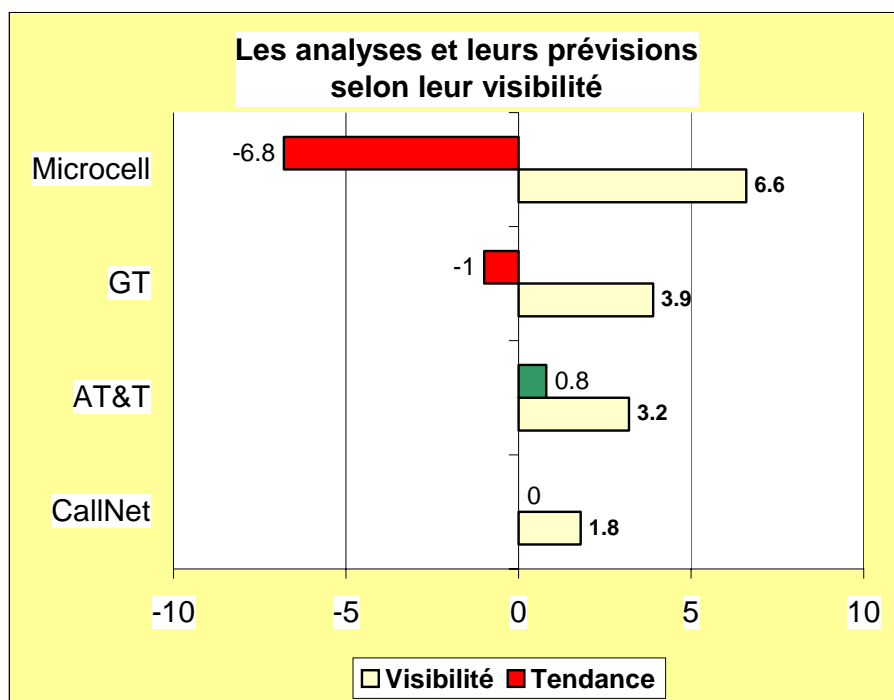
Les mauvais résultats de l'entreprise n'expliquent pas tout, puisque Group Telecom, qui vit une situation similaire depuis le début de l'année -- l'entreprise sera rachetée par 360Networks en novembre -- est cotée positivement par les analystes financiers; la dette de l'entreprise n'aura toutefois pas échappé aux journalistes qui se montrent fort négatifs envers Group Telecom à ce sujet.

Pour sa part, AT&T a été choyée par les trois groupes d'intervenants. Les journalistes dont la tendance se révèle favorable ont en effet beaucoup cité les porte-parole de la compagnie, dont l'impact favorable sur l'ensemble de la couverture est supérieur à celui des journalistes et analystes réunis. Ces derniers se montrent très confiants envers AT&T, « la société de téléphonie, plus sérieuse menace aux anciens monopoles ». La situation financière de l'opérateur téléphonique était aussi délicate que celle de Microcell, compagnie envers laquelle ils se sont montrés extrêmement critiques. Si la *dette* de Microcell était de 1,4 milliard de dollars, celle d'AT&T atteignait 4,5 milliards.

CallNet, en proie aux mêmes difficultés que les trois autres entreprises, se mérite un traitement favorable de la part des journalistes alors que les analystes lui sont légèrement défavorables. Les propos des porte-parole de la compagnie sont repris très positivement, signe qu'ils ont réussi à convaincre les médias de l'avenir de l'entreprise.

Les analystes

Comme le graphique des groupes d'intervenants le démontre, les analystes sont très présents dans la couverture de presse de chaque entreprise. Le poids de leurs prévisions sur l'orientation du discours journalistique est manifeste. Le tableau suivant indique l'impact qu'ont eu les **prévisions des analystes** sur les couvertures consacrées à chaque entreprise.



CallNet est l'entreprise pour laquelle les analystes sont le moins visibles et tout à fait neutres. Leurs interventions n'ont pas suscité de commentaires quant à son avenir.

AT&T est la seule compagnie qui ait bénéficié de commentaires positifs de leur part. Dvai Ghose (analyste chez CIBC), par exemple, déclare que « la survie de la compagnie est vraiment garantie à partir de maintenant » [depuis l'annonce du plan] (*Toronto Star*, 16 octobre 2002).

Ce même analyste se fait cependant une toute autre opinion de l'avenir de Microcell, tout comme Eamon Hoey (analyste indépendant). Ce dernier précise que Microcell « se dirige encore vers la faillite » et ajoute qu'« à moins qu'il n'y ait un changement dans la direction, [il] doute du succès de l'entreprise » (*La Presse*, 3 janvier 2003). Shio Kona (MGP media) revenait sur la répartition de l'actionnariat après la mise en place du plan, constatant que « les petits *actionnaires* sont balayés » (*La Presse*, 4 janvier 2003), alors qu'il ne trouve rien à redire en ce qui concerne ce même aspect du plan chez AT&T, plan qui n'a pas fait preuve de plus de sollicitude envers les actionnaires.

Jeremy Depow (Yankee Group) déplore, entre autres, que « faute de ressources suffisantes, son réseau [celui de Microcell] a été limité aux grandes villes, ce qui a causé des problèmes aux usagers qui franchissent la ligne de couverture » (*Les Affaires*, 18 janvier 2003).

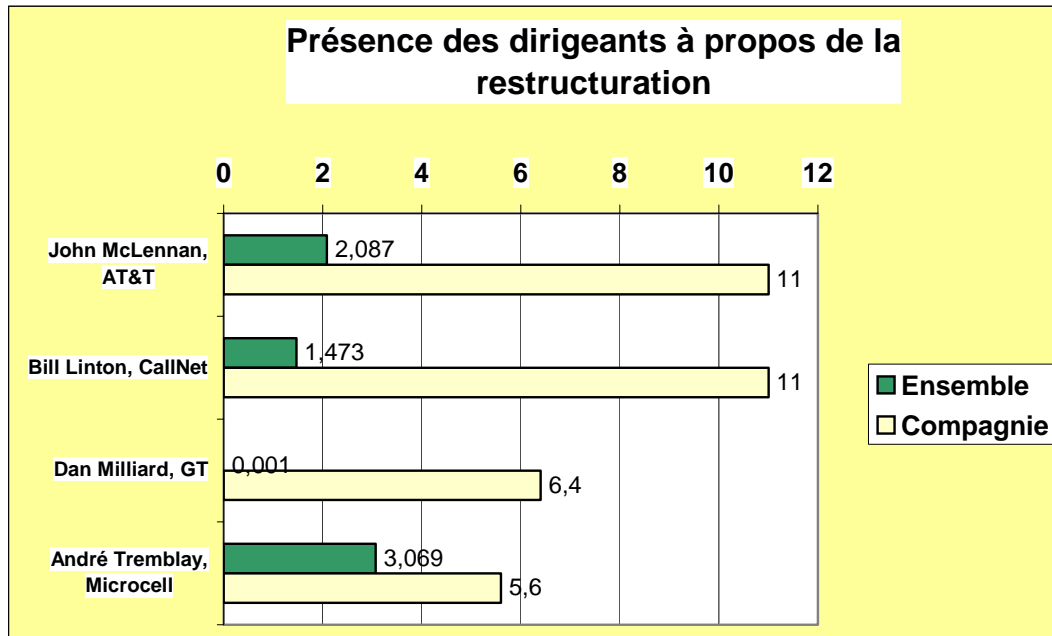
Leur emboitant le pas, les autres analystes ont été négatifs, voire très négatifs, envers Microcell, à une exception près, Miro Forest (consultant télécoms à Toronto), qui a affirmé qu'il ne pensait pas qu'« il y ait aucune raison pour les gens de s'inquiéter à propos de l'intégrité du réseau ou de la qualité du service²⁵ » chez Microcell (*Toronto Star*, 3 décembre 2002).

L'opinion des analystes a généré 6,6 % de la couverture de Microcell alors qu'elle représente 3,9 % de celle de Group Telecom. GT occupe le deuxième rang au chapitre de la visibilité des analystes dans sa couverture. Les analystes y sont également négatifs (tendance de 1-) mais moins que pour Microcell (6,8-). La situation financière de Group Telecom fut aussi agitée tout au long de l'année que ne le fut celle de Microcell.

L'impact des opinions émises par les analystes financiers semble s'être répercuté à travers le discours des journalistes qui ont repris à leur compte certains commentaires glanés auprès de ces experts. En faisant part de leurs analyses aux journalistes, ces intervenants donnent le ton et, par voie de conséquence, déterminent l'orientation de certains articles. L'orientation générale des couvertures de presse de chaque entreprise correspond assez bien à celle relevée chez les analystes. Cette corrélation pourrait amener à conclure de l'influence que peut exercer cette catégorie d'intervenants sur l'image financière des entreprises telle que transmise par les médias. Les dirigeants d'entreprises

²⁵ "I don't think there's any reason for people to get worried about network integrity or quality service".

Les PDG et les principaux dirigeants d'entreprises sont intervenus par l'intermédiaire des médias pour défendre leur entreprise ou expliquer leur stratégie. L'impact de ces interventions varie selon leur visibilité bien sûr, mais aussi selon l'orientation générale de la couverture accordée à chaque entreprise. Le tableau qui suit présente le pourcentage de présence des principaux dirigeants par rapport à leur propre entreprise et par rapport à l'ensemble de la couverture traitant de la restructuration.



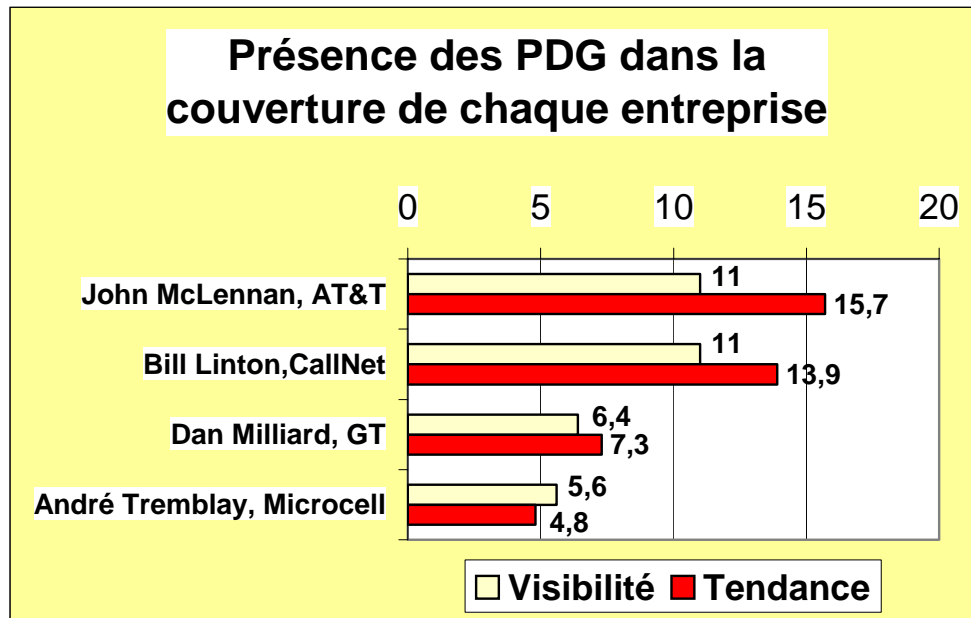
Proportionnellement à leurs couvertures de presse respectives (en jaune), ce sont les dirigeants de CallNet et de AT&T, Bill Linton et John McLennan, qui sont les plus visibles grâce à une présence de 11 % dans leur couverture respective alors qu'André Tremblay, PDG de Microcell, est présent dans 5,6 % de la couverture de sa propre entreprise. Toute proportion gardée, sa visibilité équivaut à la moitié de celle accordée par les médias aux deux premiers.

La plus grande densité de la couverture de presse consacrée à Microcell explique en partie la faible visibilité de son PDG en comparaison de celle des autres. La presse a été plus volubile à propos de Microcell, a traité d'un plus grand nombre de sujets et de dossiers et n'a pas donné autant de place à son PDG comparativement aux autres compagnies.

Lorsque l'on situe la visibilité de chaque PDG par rapport à l'ensemble de la couverture consacrée à la restructuration, la présence du PDG André Tremblay augmente (3 %) par rapport aux autres, celle de Dan Millard, PDG de GT, devenant infime (0,001 %). Ce dernier devient alors le dirigeant le moins visible des quatre.

Si André Tremblay a été globalement le plus visible, le poids favorable de sa présence sur la couverture de sa propre entreprise est le moins élevé comparativement à celui des autres dirigeants, comme le montre le tableau précédent.

John McLennan est le dirigeant perçu le plus positivement par les médias, suivi par Bill Linton. La tendance observée dans la presse à propos de ces deux dirigeants explique en bonne partie l'orientation favorable des médias à l'égard de leurs deux entreprises : ils ont réussi à assurer aux journalistes que **l'avenir de leurs compagnies** était excellent (7,9 + pour John McLennan, 4,1 + pour Bill Linton) et que le **plan de restructuration** serait une réussite (respectivement 3,1 + et 5,7 +).



Dan Milliard et André Tremblay ont été cités de façon moins positive par les médias, mais leurs propos dégagent tout de même une tendance favorable dans un contexte pourtant très négatif pour leurs entreprises. Dan Milliard a tenté de rassurer les médias à propos de **l'état des finances** de Group Telecom (2,1 +) et de ses **abonnés** (3,1 +), tandis qu'André Tremblay s'est employé à convaincre que le **plan de restructuration** de Microcell serait une réussite (2,4 +).

Les agences de presse

La Presse Canadienne a contribué pour une très large part à la couverture consacrée à la restructuration des 4 entreprises. Les autres agences de presse sont peu présentes. Les médias ont davantage eu recours aux agences de presse pour traiter de AT&T et de Group Telecom, y puisant respectivement 46,4 % et 34 % du contenu de chaque entreprise. Voici pour chacune d'entre elles, l'apport des agences à cette couverture et, entre parenthèses, leur orientation.

Agence	AT&T %	CallNet %	Group Telecom %	Microcell %
PC-CP	38,1 (+)	13,1 (+)	34 (-)	20,3 (-)
Reuters	6,1 (+)	-	-	1,7 (+)
Dow Jones News	1,9 (-)	-	-	-
AP	-	-	-	0,8 (0)
Bloomberg News	0,3 (-)	-	-	-
Apport total	46,4	13,1	34	22,8

Les agences autres que CP

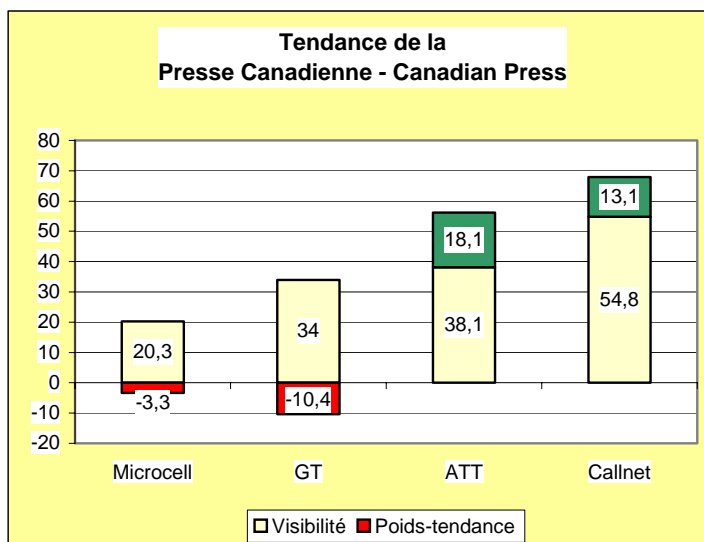
AT&T et Microcell sont les deux entreprises où plus d'une agence sont présentes. Le deuxième apport le plus visible provient de Reuters pour AT&T. L'apport des agences est très favorable pour AT&T et CallNet et très négatif pour Group Telecom et Microcell.

La Presse Canadienne - Canadian Press

Le contenu provenant de PC-CP joue un rôle majeur dans cette étude et son poids est lourd sur l'orientation générale de chaque couverture comme le montre le tableau qui suit. .

CallNet est l'entreprise pour laquelle le poids de la Presse Canadienne a été le plus déterminant : plus de 50 pour cent de sa couverture provient de cette agence de presse. AT&T et Group Telecom lui sont redevables du tiers de leur couverture tandis que seulement 20,3 % des articles traitant de Microcell en sont issus.

L'entreprise québécoise a suscité plus d'articles signés par des journalistes, ce qui a réduit la présence et le poids de la Presse Canadienne sur l'ensemble de sa couverture.



Les quatre entreprises partagent des points communs : *dette* importante, protection en vertu de la *Loi sur les arrangements*, mise en place d'un plan de restructuration. Le traitement que leur réserve la Presse Canadienne diffère selon l'entreprise : Group Telecom en ressort avec la tendance la plus négative du groupe (10,4 -), Microcell y est présenté défavorablement (3,3 -), alors que Group Telecom, et surtout AT&T, bénéficient de dépêches où l'agence de presse leur est très favorable (13,1 + et 18,1 +).

Bien que l'agence de presse tente de rapporter les faits de la manière la plus objective possible, ce sont souvent les propos tenus par les analystes interviewés par les journalistes de l'agence qui teintent les dépêches de la Presse Canadienne ou en imposent le ton. Comme ces articles sont repris par bon nombre de journaux, le poids-tendance de l'agence- favorable ou défavorable selon le cas- sur l'ensemble de la couverture de presse de chaque entreprise s'en trouve donc augmenté proportionnellement.

On retrouve plusieurs fois répétées des expressions comme, par exemple, pour Microcell : « la plus petite des quatre entreprise de téléphonie sans-fil au pays », ou pour AT&T Canada : « la seule compagnie capable de lutter contre les deux anciens monopoles Bell et Telus ». Ces deux phrases, presque anodines à l'échelle d'un article, finissent, à force de répétition, par avoir un impact énorme sur l'ensemble de la couverture de presse, ce qui explique les fortes variations que l'on peut constater à propos de la tendance des médias d'une entreprise à l'autre.

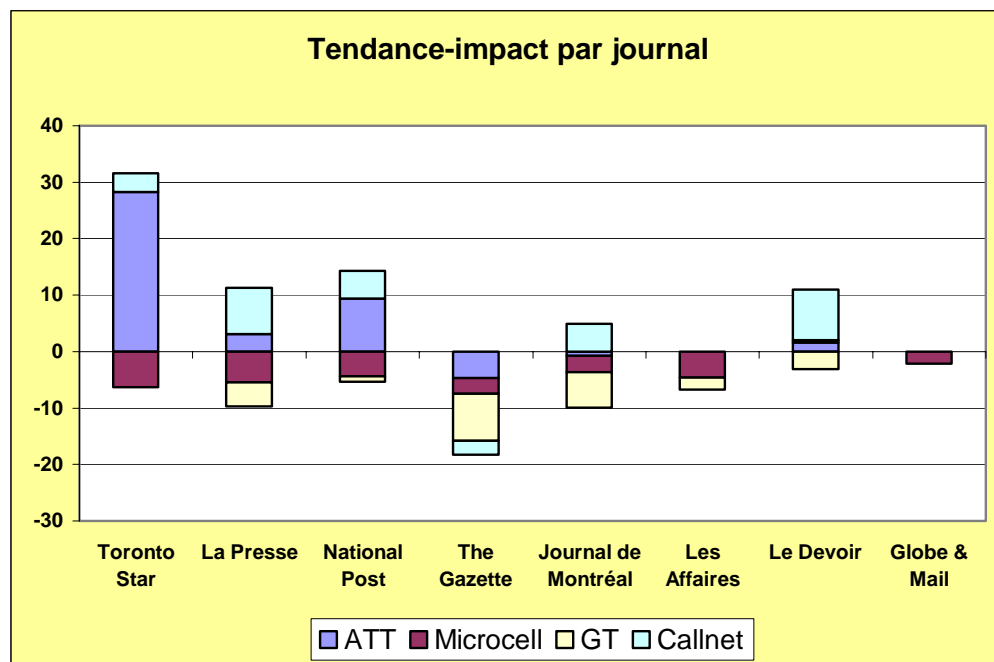
En outre, comme le contenu provenant de la Presse Canadienne est relativement élevé, son poids-tendance sur l'ensemble est encore plus déterminant lorsque l'on remarque que plusieurs autres nouvelles sont influencées par cette même agence de presse. En effet, les mêmes expressions, parfois les mêmes phrases, se retrouvent dans des articles signés par d'autres journalistes qui se sont « inspirés » des dépêches provenant de l'agence de presse.

Il en résulte que la Presse Canadienne a laissé son empreinte sur la tendance observée dans la couverture de presse de chacune des entreprises, non seulement par l'utilisation intégrale de ses nouvelles dans les quotidiens, mais en procurant une source d'inspiration à une majorité de journalistes. Cette influence se reflète sur l'ensemble des couvertures de presse puisque les entreprises qui ont bénéficié d'une orientation favorable dans les nouvelles de la Presse Canadienne ont vu leur orientation générale positive augmenter, alors que le même phénomène s'applique pour le négatif.

Les journaux

Les 131 articles faisant partie du corpus d'analyse provenaient de huit journaux. Le *Toronto Star* est celui dont la tendance a été la plus marquée. *The Gazette* est négative pour les quatre entreprises. Tous les médias, sauf *Le Devoir*, ont accordé une couverture défavorable à Microcell.

Le tableau de la page suivante illustre les tendances observées dans chaque publication pour chacune des entreprises.



Le *Toronto Star* est le journal qui a consacré la plus grande partie de sa couverture de presse au mouvement de restructurations dans le secteur des télécommunications. Il est très favorable à AT&T (28,3 %+), alors qu'il est négatif concernant Microcell (6,3 -). *Le Toronto Star* n'a pas parlé de Group Telecom, alors qu'il était favorable pour CallNet (3,3 %+).

Sujets privilégiés par le Toronto Star									
Sujets	AT&T		CallNet		Group Telecom		Microcell		
	Rang	Orient.	Rang	Orient.	Rang	Orient.	Rang	Orient.	
Avenir de l'entreprise	2	+					2	-	
État des finances	1	-	3	-			1	-	
Officialisation du plan			1	+			3	+	
Ébauche du plan	3	+	2	+			4	+	
Compagnie en général	4	+							

La Presse est le deuxième journal à avoir accordé le plus de place dans sa couverture de presse à la restructuration des entreprises de téléphonie mobile. Elle est très positive pour CallNet et AT&T et a fourni la plus importante couverture sur Microcell dans un contexte négatif.

Sujets privilégiés par La Presse									
Sujets	AT&T		CallNet		Group Telecom		Microcell		
	Rang	Orient.	Rang	Orient.	Rang	Orient.	Rang	Orient.	
Avenir de l'entreprise	1	-					2	-	
État des finances	3	+			1	-	1	-	
Officialisation du plan			1	+			3	+	
Ébauche du plan	3	+	2	+			4	+	

Le *National Post* est le troisième journal le plus volubile. Il est positif pour AT&T et CallNet. Négatif pour Microcell.

Sujets privilégiés par le National-Financial Post									
Sujets	AT&T		CallNet		Group Telecom		Microcell		
	Rang	Orient.	Rang	Orient.	Rang	Orient.	Rang	Orient.	
Avenir de l'entreprise	1	+					3	-	
État des finances	3	0	2	-	1	-	2	-	
Officialisation du plan							1	+	
Ébauche du plan	2	+	1	+	3	+			

The Gazette est négatif pour tout le monde, et plus particulièrement à propos de Group Telecom pour qui il est le plus négatif.

Sujets privilégiés par The Gazette									
Sujets	AT&T		CallNet		Group Telecom		Microcell		
	Rang	Orient.	Rang	Orient.	Rang	Orient.	Rang	Orient.	
Avenir de l'entreprise	1	-					1	-	
État des finances	2	-	1	-	1	-	2	-	
Officialisation du plan			3	+			4	+	
Ébauche du plan			2	+			3	+	
Compagnie en général			4	-	2	-			
Restructuration					3	-			

Le Journal de Montréal est le journal dont le taux de partialité de 66 % est le plus élevé à propos de CallNet. Il en ressort pour cette entreprise une tendance favorable de 4,9 %+. Il est cependant négatif pour les trois autres, étant presque neutre pour AT&T.

Sujets privilégiés par le Journal de Montréal									
Sujets	AT&T		CallNet		Group Telecom		Microcell		
	Rang	Orient.	Rang	Orient.	Rang	Orient.	Rang	Orient.	
Avenir de l'entreprise	1	-							
État des finances	2	-			1	-	1	-	
Officialisation du plan			2	+			2	-	
Ébauche du plan			1	+					
Restructuration					2	+			
Service et clientèle							3	-	

Les Affaires ne couvrent que deux entreprises, Microcell et Group Telecom, au négatif.

Sujets privilégiés par Les Affaires									
Sujets	AT&T		CallNet		Group Telecom		Microcell		
	Rang	Orient.	Rang	Orient.	Rang	Orient.	Rang	Orient.	
Avenir de l'entreprise							2	-	
État des finances					1	-	1	-	
Officialisation du plan							3	-	

Le Devoir est le seul journal favorable à Microcell, même si sa tendance est minime (0,4 +). En revanche, il est positif pour CallNet et AT&T (respectivement 9 + et 1,6 +).

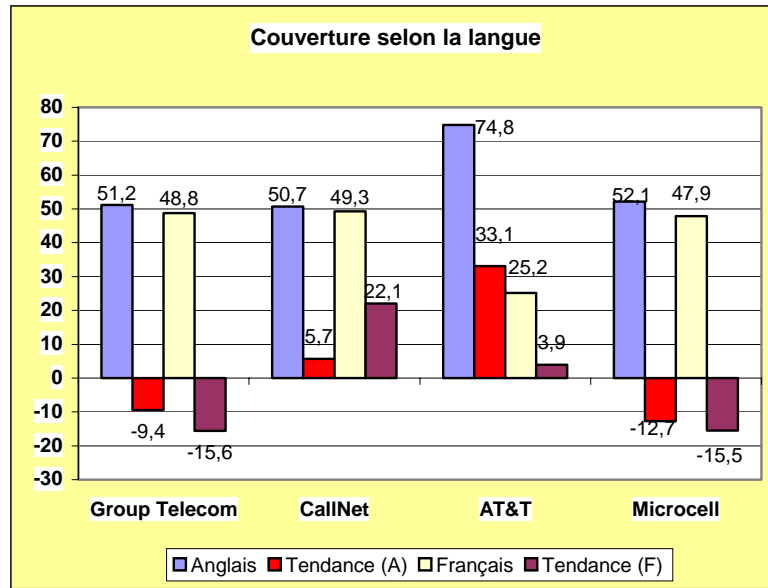
Sujets privilégiés par Le Devoir									
Sujets	AT&T		CallNet		Group Telecom		Microcell		
	Rang	Orient.	Rang	Orient.	Rang	Orient.	Rang	Orient.	
Avenir de l'entreprise									
État des finances	1	0	3	-	1	-	2	-	
Officialisation du plan			2	+			1	+	
Ébauche du plan			1	+					

Le Globe and Mail n'a parlé que de Microcell, défavorablement (2,2 -).

Sujets privilégiés par le Globe & Mail									
Sujets	AT&T		CallNet		Group Telecom		Microcell		
	Rang	Orient.	Rang	Orient.	Rang	Orient.	Rang	Orient.	
Avenir de l'entreprise							2	-	
État des finances							3	-	
Officialisation du plan							1	+	

La langue

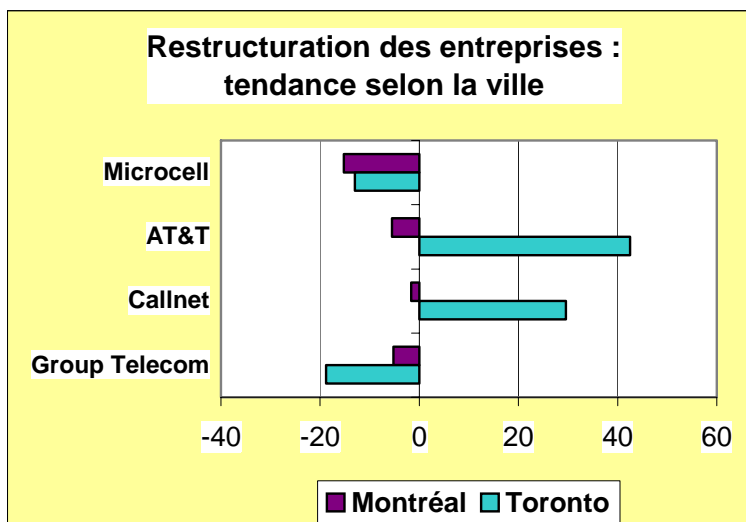
Les médias anglophones ont traité davantage de la restructuration des compagnies que les médias francophones. Cependant, Group Telecom et CallNet ont reçu une couverture presque équivalente en français et en anglais. Seule AT&T voit sa revue de presse connaître un décalage important entre son contenu en anglais et en français. Les médias francophones ont donc porté une réelle attention à la vague de restructuration touchant le secteur, comme le montre le graphique suivant :



Les médias francophones ont été plus négatifs que les médias anglophones, sauf dans le cas de CallNet, entreprise à propos de laquelle ils ont été très favorables. Ils ont notamment eu un impact très défavorable concernant Group Telecom et Microcell, étant même plus négatifs que la presse anglophone à propos de l'entreprise québécoise.

Les villes

Le graphique suivant indique les tendances des médias, à Toronto et à Montréal :



Les médias des deux villes ont été défavorables à propos de Microcell et de Group Telecom, la presse montréalaise étant même plus défavorable à propos de l'entreprise québécoise que celle de Toronto.

De son côté, Group Telecom, tout comme Microcell, a été perçu négativement par les médias des deux villes. CallNet recevait quant à elle une image très favorable de la part des médias de la ville reine alors que ceux de Montréal étaient plus dubitatifs à son égard.

Pour sa part, AT&T voit la tendance des médias de Toronto lui être très favorable, alors que la presse montréalaise lui était défavorable, à propos notamment de l'état de ses finances (3,1 -).

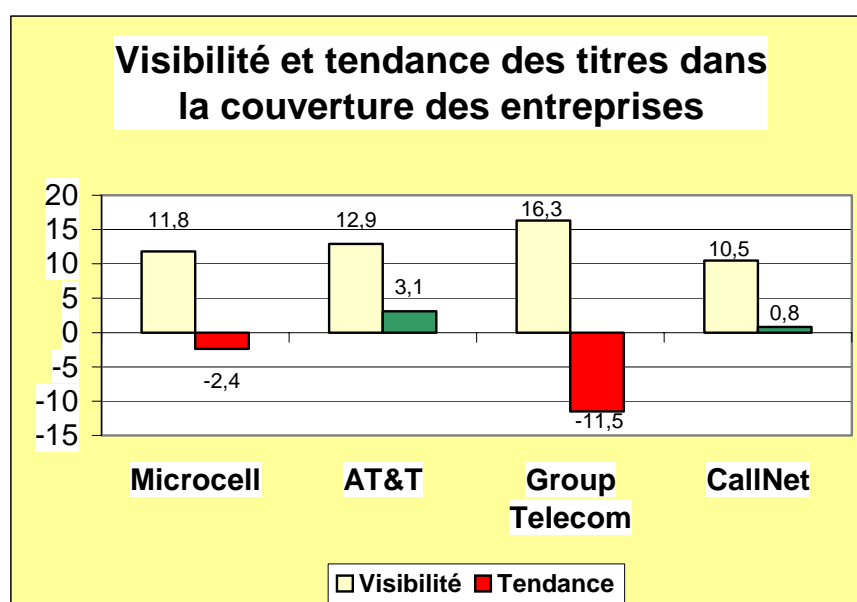
	Toronto		Montréal	
	1 ^{er} Sujet	Tendance	1 ^{er} sujet	Tendance
AT&T	Avenir de l'entreprise	12,6 +	Avenir de l'entreprise	1,6 -
Microcell	État des finances	5,9 -	État des finances	9 -
Group Telecom	État des finances	25 -	État des finances	2,1 -
CallNet	Ébauche du plan	14,8 +	Officialisation du plan	2,5 +

Les titres

Les titres connaissent, pour chaque entreprise, une tendance représentative de leur couverture de presse; à noter que pour Group Telecom, les titres étaient plus négatifs que les contenus.

	AT&T	CallNet	GT	Microcell
Titres	3,1 +	0,8 +	13,5 -	2,4 -
Contenu	33,9 +	27 +	11,5 -	26,1 -
Total	37 +	27,8 +	25 -	28,5 -

Comme on peut le constater sur le graphique ci-dessous, les titres se révèlent très négatifs pour Group Telecom. La situation financière de l'entreprise, la pire des quatre, l'a d'ailleurs menée à son rachat par 360Networks en novembre 2002.



Voici quelques exemples de titres à propos de cette entreprise : « Group Telecom coupe 26 de ses effectifs : 350 emplois²⁶ » (*National Post*, 20 février 2002), « Group Telecom ne peut respecter la volonté de ses créanciers. L'action du groupe a perdu 40 % de sa valeur » (*Le Devoir*, 20 juin 2002), ou encore « Group Telecom en sérieuses difficultés financières » (*Journal de Montréal*, 20 juin 2002).

Les titres de Microcell sont négatifs, dans une moindre proportion que l'ensemble de sa couverture. Certains sont parfois très incisifs; *Les Affaires* invite le 18 janvier 2003 à lire : « Les leçons à tirer de la déconfiture de Microcell », *La Presse*, le 7 janvier 2003, décrète : « Microcell : la relance ne convainc pas », *Toronto Star*, le 3 décembre 2002, titre : « L'opérateur de Fido manque un paiement d'intérêts²⁷ ».

Les titres de CallNet et de AT&T sont, pour leur part, à l'image de l'orientation de leur couverture de presse et donc favorables.

²⁶ « Group Telecom to cut 26 of its staff : 350 jobs ».

²⁷ « Fido operator misses interest payment due ».

CONCLUSION

Cette étude porte sur le thème de la restructuration d'entreprises de télécommunications qui a fait l'actualité quotidienne dans les médias depuis le début de ce nouveau siècle. Elle génère un tel surplus d'information que nous nous limiterons à en extraire les éléments majeurs d'où se dégagent les conclusions.

Son objectif était d'examiner comment la couverture de presse traitant de ce thème se comparait à celles observées dans d'autres analyses. De ces dernières portant sur 250 sujets et 46 570 nouvelles extraites de médias canadiens, nous avons dégagé des indices fort révélateurs :

- une nouvelle contient en moyenne 6,4 unités d'information;
- la partialité moyenne de la presse se situe à 40 %;
- l'écart moyen entre les indices de tendance-impact d'une couverture de presse varie entre 25 points négatifs et 25 points positifs, 0 représentant le neutre.

Nous rappelons ici que : la densité est le nombre d'unités d'information décodées dans une nouvelle; la partialité d'une couverture de presse provient du contenu **orienté**; la tendance-impact chiffre la dominance, en positif et en négatif, de l'orientation de ce même contenu. Cet indice qualifie la tendance observée dans une couverture de presse et mesure sa rémanence.

Le thème choisi, la restructuration d'entreprises dans le secteur des télécommunications, est porteur d'une partialité intrinsèque. Il évoque les heures sombres que vivent les entreprises aux prises avec des difficultés financières. Il fait planer un doute quant à leur avenir. Cette particularité est intéressante au plan de l'analyse de presse, puisque les quatre entreprises étudiées ont récolté une couverture négative quand il était question de l'état de leurs finances, mais la rémanence qui ressort du traitement global montre des tendances médiatiques bien différentes.

L'étude s'est penchée sur la couverture que la presse écrite des villes de Montréal et de Toronto a consacrée à quatre entreprises de télécommunications ayant traversé une période de restructuration au cours de l'année 2002 : AT&T, CallNet, Group Telecom et Microcell.

Dès le départ, le nombre d'articles traitant de ce sujet et leur densité révèlent l'intérêt manifesté par les médias montréalais et torontois. Les 131 nouvelles contiennent un volume d'information supérieur à la moyenne de 6,4 unités par document :

<u>Entreprise</u>	<u>Nombre de documents</u>	<u>Densité</u>
AT&T	30	10,2
CallNet	20	10,5
Group Telecom	20	10,5
Microcell	61	14,5

Au chapitre de la partialité, les couvertures dégagent les indices suivants :

AT&T: 41 %
 CallNet: 55,7 %
 Group Telecom : 47,3 %
 Microcell: 50,9 %

Individuellement et collectivement, la partialité de cette couverture dépasse la moyenne généralement observée de 40 %, à une exception près : AT&T. Cette partialité démontre encore une fois le très grand intérêt manifesté par la presse à propos du thème de la restructuration des entreprises de télécommunications.

Au chapitre de l'indice de tendance-impact, les écarts sont atteints et même dépassés : le sujet suscite un engagement dans les médias et dévoile des tendances. Deux entreprises s'en sortent positivement et deux négativement. Ces résultats proviennent d'éléments majeurs de cette couverture de presse dont voici les grandes lignes :

Chez AT&T, seul l'état des finances a inquiété les médias, les journalistes et analystes cités exprimant l'avis que le plan de restructuration permettra à l'entreprise de connaître un bel avenir. Du coup, c'est l'entreprise qui reçoit le traitement le plus favorable (37 +).

Chez CallNet, la situation présentée d'une façon similaire à AT&T se révèle également positive (27,9 +). Ce sont les finances de l'entreprise qui ont préoccupé les journalistes alors qu'ils n'étaient pas inquiets de sa pérennité et du succès de son plan de restructuration.

Chez Group Telecom, en revanche, les médias ont presque toujours fait état que l'entreprise était condamnée, au pire à la banqueroute, au mieux à un rachat. Du coup, il s'en dégage une tendance très défavorable (25 -).

Chez Microcell, la quasi totalité d'une couverture aussi abondante que celles combinées des trois autres entreprises montre que les catégories communes y sont présentées encore plus négativement (28,5 -) : le sujet « état des finances », les dossiers des « actionnaires », de la « dette » et des « négociations avec les créanciers », les groupes d'intervenants, les analystes, les agences de presse, tous les journaux sauf *Le Devoir*, ainsi que la couverture francophone tout autant qu'anglophone, presque tout y est montré sous un jour défavorable.

Il ressort donc de cette étude que :

- La restructuration des entreprises de télécommunications a suscité une couverture de presse plus dense que la moyenne;
- Ce sujet dégage pour trois des quatre entreprises étudiées une partialité au-delà de la moyenne générale;
- Les médias ont consacré la couverture la plus abondante à Microcell, dont le volume dépasse celui des trois autres entreprises réunies;
- Les tendances favorables et défavorables des couvertures de presse de chaque entreprise dépassent les écarts moyens observés;
- Microcell, l'entreprise la plus couverte, est celle qui obtient pour toutes les catégories communes à toutes les entreprises, à l'exception du journal Le Devoir, des indices de tendance-impact défavorables.

(30)