



Bilan de la campagne électorale fédérale 2015

Gains et déficits médiatiques

Médias traditionnels et sociaux

Réalisé par l'équipe de [Mesure Média](#)

Le 16 octobre 2015

Mesure Média

7563, rue St-Denis Montréal (Qc) H2R 2E7 300, rue Saint-Paul, Bureau 201, Québec (Qc) G1K 7R1



Ruth Ellen Brosseau en vedette dans le Chatelaine anglophone.

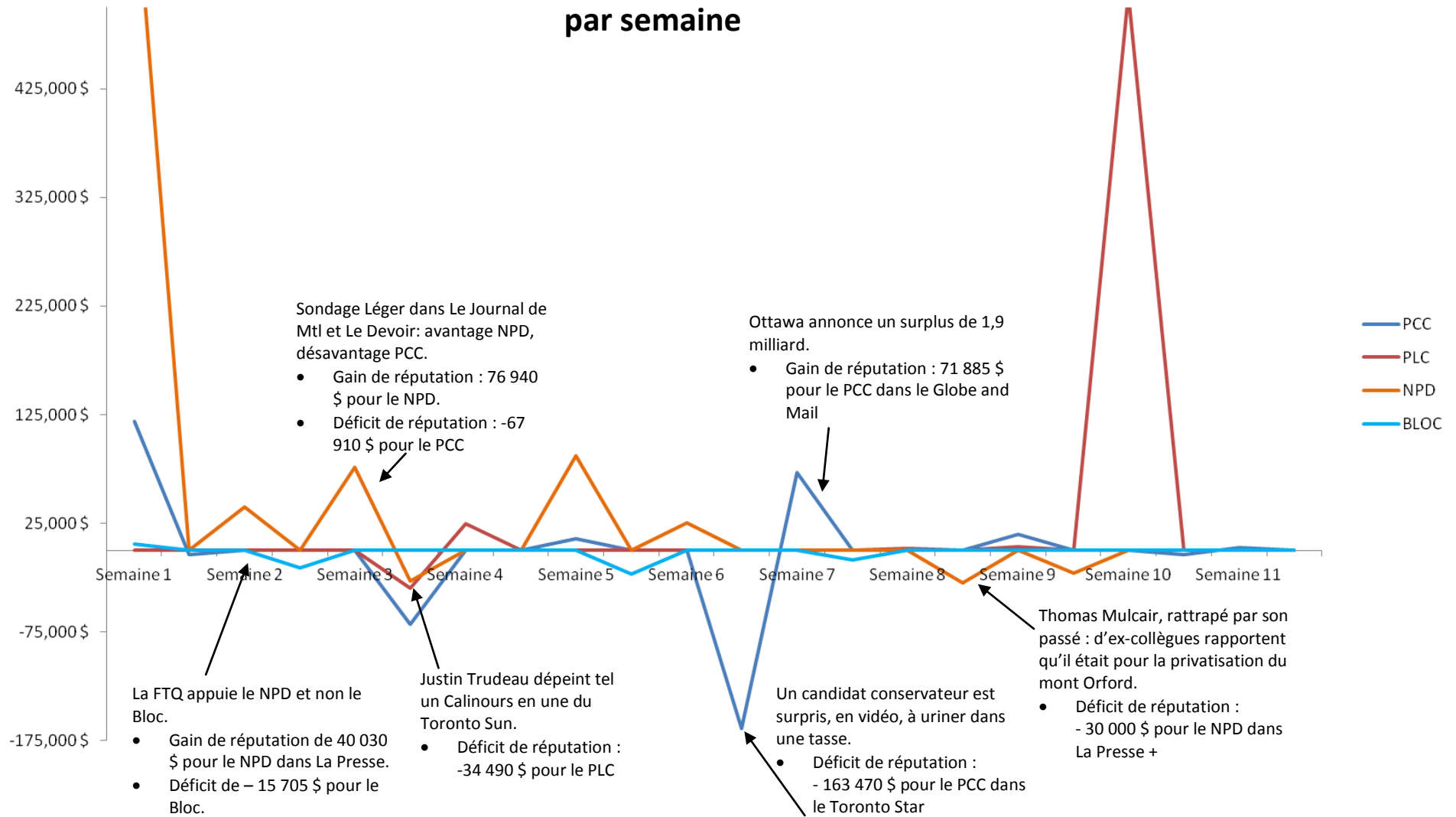
- Gain de réputation : 626 298 \$ pour le NPD

MÉDIAS TRADITIONNELS

Principaux gains et déficits médiatiques par semaine

Justin Trudeau était à Brampton, en Ontario, devant une foule estimée de 5000 à 7000 de militants, de loin le plus grand rassemblement de cette campagne.

- Gain de réputation : 512 120 \$ pour le PLC dans le Toronto Star



Mesure Média

7563, rue St-Denis Montréal (Qc) H2R 2E7 300, rue Saint-Paul, Bureau 201, Québec (Qc) G1K 7R1

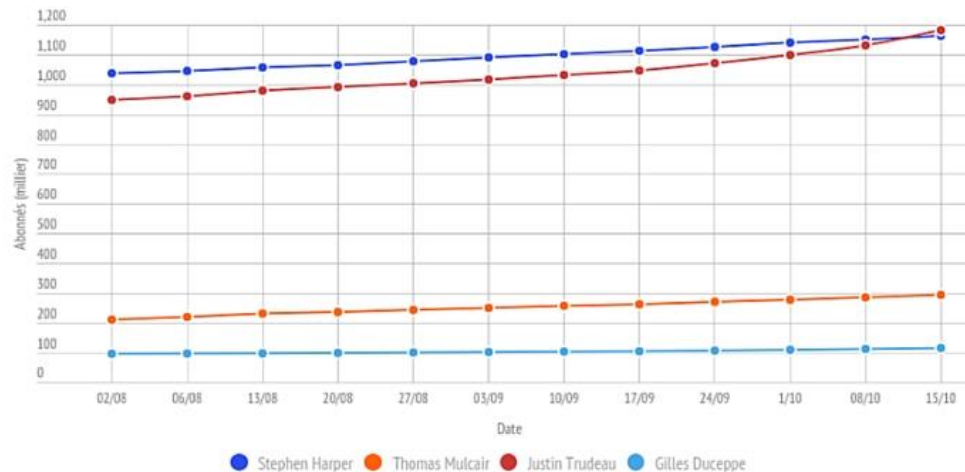


Médias sociaux – Faits saillants

Justin Trudeau : le plus populaire

- Il est clair depuis plusieurs semaines que l'un des objectifs que s'était fixé le chef du Parti libéral était de devancer Stephen Harper au niveau du nombre total d'abonnés sur les médias sociaux.
- À quelques jours des élections, Justin Trudeau a gagné son pari ! Il devance maintenant le chef conservateur avec un nombre total d'abonnés de 1 183 900 comparativement à 1 165 000 pour le chef conservateur.
- **Justin Trudeau peut se vanter d'être le chef politique le plus suivi au Canada.**

**Croissance des abonnés sur les médias sociaux
(Facebook, Twitter, Instagram) 2 août au 15 octobre 2015**

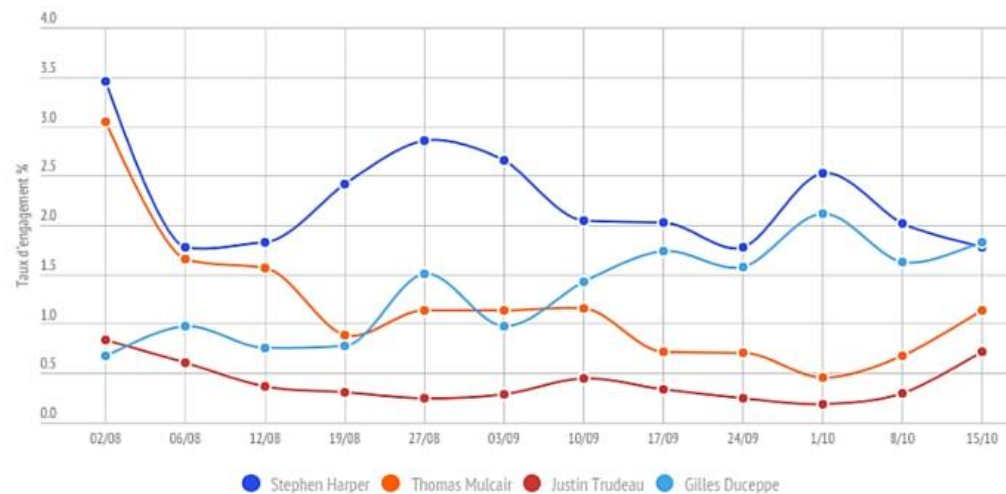




Engagement : Stephen Harper domine, Gilles Duceppe crée la surprise

- La campagne a permis de constater que Stephen Harper détenait un net avantage sur ses compétiteurs. En moyenne, il a obtenu un taux d'engagement de 2,24 % lors de la campagne.
- Son plus proche compétiteur, **Gilles Duceppe a effectué une belle remontée en fin de campagne** pour devancer Harper au fil d'arrivée.
- Le chef du Bloc Québécois a toutefois terminé la campagne avec un taux d'engagement moyen de 1,52 %, ce qui le place au deuxième rang devant Thomas Mulcair (0,96 %) et Justin Trudeau (0,35 %).

**Taux d'engagement moyen par publication (%)
(Facebook, Twitter, Instagram) 2 août au 15 octobre 2015**





Meilleures publications : la question du niqab trouve écho

- Stephen Harper a joué à fond la carte identitaire avec la question du niqab. De toute évidence, cette stratégie a soulevé les passions sur les médias sociaux.
- La publication ayant obtenu le plus d'interactions lors de cette campagne est celle de Stephen Harper sur Facebook qui affiche sa citation disant qu'il ne demandera jamais à sa fille de se couvrir son visage.
- **Cette publication a obtenu 87 526 interactions** (54 023 likes, 29 200 partages, et 4 303 commentaires), soit plus de trois fois plus que la deuxième publication ayant obtenu le plus d'interactions (27 943).
- Justin Trudeau fait donc également très bonne figure à ce chapitre. Fait important à noter : **trois des quatre publications qui se retrouvent au top 5 ont été diffusées par le chef libéral lors de la dernière semaine.**



Mesure Média

7563, rue St-Denis Montréal (Qc) H2R 2E7 300, rue Saint-Paul, Bureau 201, Québec (Qc) G1K 7R1



Médias traditionnels : principaux gains et déficits médiatiques par semaine

Semaine 1

- Les gains médiatiques :

Les promesses de Stephen Harper

En quoi des promesses de campagne électorale, que les politiciens ne finissent jamais par tenir, peuvent-elles représenter un gain médiatique ?

Seul Stephen Harper a dévoilé des promesses électorales en cette première semaine. Sa promesse d'un crédit d'impôt pour la rénovation lui a permis de se glisser en une du Toronto Star et du National Post alors qu'il faisait campagne dans la grande région de Toronto. Une région essentielle pour une victoire des conservateurs.

Les unes combinées du Toronto Star et du National Post donnent un gain de réputation de 118 625 \$* pour le chef des conservateurs, selon notre outil d'évaluation des médias [mesure \[d\]](#).

Duceppe à vélo

Les premières images ont fait sourire, mais le chef du Bloc québécois a trouvé le moyen d'être médiatisé à quelques jours du déclenchement de la campagne. Sa tournée du Québec à vélo, aux côtés de Pierre Karl Péladeau, lui a permis de se démarquer avant le déclenchement de la campagne.

Un reportage, diffusé à TVA, montrant Gilles Duceppe et PKP à leur départ de Repentigny le 29 juillet, représente un gain de réputation de 5 617 \$* pour le chef du Bloc québécois.



- **Les déficits médiatiques :**

Justin et Tom

Pourquoi Stephen Harper nomme-t-il le chef des libéraux « Justin » et évite-t-il de prononcer le nom « Trudeau » ? Voilà l'un des gros enjeux de la première semaine de campagne. La question a été lancée par la chroniqueuse du Toronto Star, Chantal Hébert. Les journalistes ont demandé à Stephen Harper de s'expliquer. Et à Justin Trudeau de répliquer.

Dans la même veine, Thomas Mulcair a dû raconter pourquoi il est devenu « Tom » sur ses affiches électorales.

Qui a dit qu'une campagne électorale était l'occasion de débattre des vrais enjeux ?

Harper vs Wynne

Stephen Harper et la première ministre libérale de l'Ontario, Kathleen Wynne, ont lancé les hostilités dès le jour 1 de la campagne. Dans cette guerre de mots, qui sort gagnant ? Disons que Mme Wynne a réussi à écorcher le premier ministre en soutenant que cette campagne électorale est inutilement longue et qu'elle traduit un jeu politique cynique.

Un article, paru sur le site web du National Post, qui reprend les propos de la première ministre cause à Stephen Harper un déficit de réputation de – 3 445 \$*.



Semaine 2

- **Les gains :**

La FTQ appuie le NPD, mais largue-t-elle le Bloc ?

En une de La Presse ce mardi, on y allait d'un titre-choc : « La FTQ largue le Bloc » pour appuyer le NPD. Si Tom Mulcair avait toute les raisons de sourire, Gilles Duceppe, lui, devait rager.

De son côté, le secrétaire général de la FTQ, Serge Cadieux, a multiplié les entrevues pour dire que sa centrale n'abandonnait pas le Bloc, mais qu'elle appuyait plutôt les candidats les plus susceptibles de battre les conservateurs. « Damage control », comme on dit en bon français...

Toujours est-il que cette nouvelle publiée dans La Presse + a rapporté un gain de réputation de 40 030 \$* pour le NPD, selon notre outil d'évaluation des médias [mesure \[d\]](#).

Pour le Bloc québécois, ce même article représente plutôt un déficit de réputation de -15 705 \$.

Elizabeth May sort de l'ombre

La chef du Parti Vert, Elizabeth May, est sortie grande gagnante du débat sur le débat. Mme May a reçu plusieurs commentaires positifs dans les médias après sa performance au premier débat des chefs.

Un bon départ de campagne qui lui permet d'augmenter sa visibilité médiatique. Dans les jours qui ont suivi le débat, Mme May a obtenu trois fois plus de mentions dans les journaux et sites web canadiens par rapport aux premiers jours de campagne.

- **Les déficits :**

Stephen Harper au Pôle Nord, Nigel Wright au procès Duffy

Selon ses adversaires, Stephen Harper est parti se cacher dans les Territoires du Nord-Ouest et au Nunavut pendant que son ex-chef de cabinet, Nigel Wright, comparaît au procès de Mike Duffy.



Caché ou non, des journalistes suivent M. Harper dans son avion de campagne. Le premier ministre sortant n’y échappera point.

Jusqu’à maintenant, M. Harper n’enregistre aucun déficit de réputation majeur avec le témoignage de Nigel Wright. S’en tirera-t-il indemne ? Ou Nigel Wright offrira-t-il des munitions aux partis de l’opposition pour leur permettre de dominer pleinement l’agenda de la campagne ?

Un lancement sous le signe des manifestants

Tom Mulcair aurait sans doute préféré éviter les manifestants au lancement à Toronto de son autobiographie, Le courage de ses convictions. Près de 75 % des articles publiés dans les journaux et sites web canadiens ont mentionné la présence de manifestants à l’événement.

Par le fait même, c’est aussi tout l’enjeu de la position de M. Mulcair et de son parti sur le pétrole des sables bitumineux qui est revenu le hanter.



Semaine 3

- **Les gains :**

Denis Coderre ou l'art d'imposer un enjeu de campagne

On peut être pour ou contre le geste de Denis Coderre, mais le maire de Montréal a réussi à s'implanter sans retenue dans la campagne fédérale. Armé d'un marteau-piqueur, il a brisé une dalle de béton, installée par Postes Canada. L'enjeu de la livraison du courrier est désormais inscrit dans l'agenda électoral.

La couverture médiatique de ce geste symbolique du maire Coderre est mitigée. En direct, les chaînes d'information continue ont abondamment couvert le point de presse. À RDI, la couverture en direct a valu un gain de réputation de 4 100 \$* pour Denis Coderre, selon notre outil d'évaluation des médias mesure [d]<http://mesuremedia.ca/>.

Ruth Ellen Brosseau, encore en vedette

Décidément, Ruth Ellen Brosseau continue d'être en vedette, particulièrement dans les médias du reste du Canada (hors-Québec). Après le portrait flatteur publié dans la version anglophone du Chatelaine, c'était au tour du National Post, cette semaine, de positionner la néo-démocrate sur sa une. Un gain de réputation de 43 720 \$* pour Ruth Ellen Brosseau avec cette entrevue dans le [National Post](#).

Après avoir été ridiculisée lors de son entrée en politique en printemps 2011, Ruth Ellen Brosseau est définitivement la candidate, tous partis confondus, qui obtient le plus de couverture positive par les temps qui courent.

- **Les déficits :**

La mauvaise idée d'huer des journalistes

La campagne conservatrice souffre depuis le début du témoignage de Nigel Wright au procès de Mike Duffy. Sur les cinq questions que les journalistes ont le droit de poser à chaque jour à M. Harper, la majorité porte sur le procès Duffy. Exaspérés par les journalistes, les partisans conservateurs ont même hué ces derniers lors d'un point de presse.



Mauvaise idée : au lieu de rapporter l'annonce du jour de M. Harper, les journalistes ont rapporté qu'ils avaient été hués dans le cadre de l'affaire Duffy-Wright... Le porte-parole des conservateurs a tenté de calmer le jeu quelques minutes plus tard en s'excusant auprès des journalistes. Le mal était fait.

Tom Mulcair rattrapé par son passé

Bien positionné dans les sondages, Thomas Mulcair était dû pour faire l'objet d'une controverse. Chose faite : un blogueur souverainiste a dépoussiéré une déclaration de M. Mulcair à l'époque où il était député libéral au Québec. Ce dernier vantait les politiques économiques de Margaret Thatcher. Un sacrilège, selon ses adversaires politiques, puisque le chef du NPD doit représenter la gauche canadienne. La chronique de Patrick Lagacé sur le sujet dans La Presse équivaut à un déficit de réputation de -28 430 \$* pour Thomas Mulcair.



Semaine 4

- **Les gains :**

Mélanie Joly à l'arraché

La victoire de Mélanie Joly, pour Justin Trudeau : même à l'arraché, cette victoire constitue un soulagement pour le chef du PLC et l'ensemble de ses troupes au Québec.

Cette candidate a notamment contribué à l'essor de la marque libérale au Québec, lundi, lors de la première émission du matinier Alain Gravel à la radio de ICI Radio-Canada Première.

Selon l'outil mesure [d], cette retombée a généré un gain de réputation de 24 780 \$ (écart favorable de 85 %) au bénéfice de Mélanie Joly – un très bon score !

- **Les déficits :**

L'équipe économique des libéraux : Justin Trudeau a présenté ceux et celles formant son « équipe économique », soit pas moins de 31 candidats et candidates. Comme l'a mentionné le commentateur politique Jean Lapierre : « *Il suffisait d'avoir un compte de banque pour faire partie de ce groupe !* ».

L'ancien ministre des Finances et Premier ministre Paul Martin accompagnait ce groupe – lui qui a déjà présenté, en campagne électorale, une liste de... 53 priorités !



Semaine 5

- **Les gains :**

Tom Mulcair : l'as des réponses

Stephen Harper répond à cinq questions de journalistes par jour, ce qui a le don de frustrer les représentants des médias. Mais quel chef a répondu au plus grand nombre de questions depuis le début de la campagne ?

Selon une compilation effectuée par le réseau CBC, M. Mulcair a répondu à 258 questions, M. Trudeau, à 204 questions et M. Harper, à 102. Cette stratégie d'ouverture des chefs du NPD et des libéraux sera-t-elle payante le jour du vote ? Ou est-ce le contrôle exercé par M. Harper qui lui rendra service à la toute fin ?

Quand Stephen Harper se fait humoriste

Il est plutôt rare que Stephen Harper se fasse humoristique. Lors d'un rassemblement de campagne, le chef des conservateurs a fait rire la galerie en mimant le petit déficit que serait prêt à engendrer Justin Trudeau, s'il devient premier ministre. Un blogue, publié sur cbc.ca, représente un gain de réputation de 11 140 \$ pour M. Harper. Oui, Stephen Harper peut être drôle.

- **Les déficits :**

Les candidats du Bloc ridiculisés

C'est un classique de campagne électorale : des candidats sont ridiculisés, puis forcés de s'expliquer pour des déclarations controversées, effectuées avant de se lancer en politique. Cette fois, les candidats du Bloc goûtent particulièrement à cette médecine.

Après la candidate, qui amènerait des choses pas très catholiques sur une île déserte, c'est une aspirante députée bloquiste qui doit se défendre d'être une magicienne vaudou. Un article sur le sujet, publié dans Le Journal de Montréal, représente un déficit de réputation de – 21 530 \$ pour le Bloc et sa candidate, Kedina Fleury-Samson.



Où est Joe Oliver ?

Le ministre des Finances du Canada Joe Oliver est peu visible en ces temps de récession. Plusieurs commentateurs politiques et adversaires des conservateurs se demandent où il se trouve ?

Depuis le début de la campagne, Joe Oliver a été cité dans près de 870 articles publiés dans les journaux et sur le web au Canada. Pendant ce temps, le candidat économique vedette du NPD, Andrew Thomson, est deux fois moins cité, soit 455 fois. Cela dit, si Joe Oliver est autant mentionné dans les médias, c'est davantage pour dire qu'il est absent de la scène en ces temps économiques troubles.



Semaine 6

- **Les gains :**

Les chefs défilent devant Peter Mansbridge

C'est la semaine durant laquelle les chefs défilent devant le chef d'antenne vedette de la CBC, Peter Mansbridge. Jusqu'à maintenant, les chefs s'en tirent sans trop d'égratignures. Ces entrevues sont toutefois préenregistrées quelques jours avant leur diffusion. Les sujets chauds du jour ne se retrouvent pas dans ces entretiens. Dommage... Dans le dossier des migrants, les chefs Justin Trudeau et Stephen Harper n'ont pas pu exprimer leur pleine opinion sur ce sujet.

Après la CAQ, le NPD

Dans la catégorie des nouvelles que l'on n'avait pas vu venir... Jacques Duchesneau appuie le NPD. L'ex-député de la CAQ à l'Assemblée nationale a participé à un rassemblement partisan du NPD à Montréal en début de semaine. « On a un chef extraordinaire », a affirmé M. Duchesneau à l'endroit de Tom Mulcair. Même si la CAQ et le NPD ne véhiculent pas le même message économique, M. Duchesneau soutient se joindre aux néo-démocrates à la suite de la crise des migrants. Cette nouvelle, publiée notamment dans La Presse +, vaut un gain de réputation de 25 895 \$ pour le NPD, selon l'outil mesure [d].

- **Les déficits :**

La gestion de l'enjeu des migrants

Tout en étant candidats aux élections du 19 octobre prochain, Stephen Harper occupe tout de même ses fonctions de Premier ministre, et ses ministres et les députés de tous les partis demeurent également titulaires de leurs fonctions.

La crise des migrants – qui a pris l'image du corps d'un enfant noyé dans le naufrage d'embarcations – est venue perturber la campagne de tous les partis. Alors que MM. Mulcair et Trudeau ont proposé de suspendre leurs activités partisans afin de trouver une solution allant dans l'intérêt de la population, les conservateurs ont poursuivi leur campagne, plutôt que de diriger les opérations à partir de la Chambre des communes.



Par exemple, le ministre Chris Alexander a accordé une entrevue à l'émission Dans les coulisses du pouvoir dans son local électoral.

De la houle chez les conservateurs

Depuis notre blogue de jeudi dernier, au moins deux candidats du Parti conservateur ont été mis sur les lignes de côté et un autre est dans l'eau chaude.

Ainsi, Tim Dutaud, candidat dans Toronto-Danforth – l'ancien chef-lieu de Jack Layton – a dû démissionner pour avoir mis en ligne des vidéos à l'humour douteux.

Son collègue de la région de Scarborough, Jerry Bance, s'est fait prendre les culottes à terre, en train d'uriner dans une tasse... dans la cuisine où il devait réparer un lave-vaisselle, devant les caméras cachées de l'émission Marketplace (une émission qui ressemble à La Facture). On ne compte plus les reportages sur le sujet – tous plus dévastateurs les uns que les autres pour l'ex-candidat – dont la une du Toronto Star qui lui a valu un déficit de réputation de -163 470 \$, selon l'outil mesure [d].

Quant au candidat conservateur dans LaSalle-Émard-Verdun, Mohammad Zamir, il affirme sur son site Internet unilingue anglophone qu'il est à l'aise en français «élémentaire»... alors qu'il baragouine la langue de Molière.



Semaine 7

- **Les gains :**

Surplus d'Ottawa : enfin une bonne nouvelle pour Stephen Harper

L'affaire Duffy, la récession, la crise des migrants... Le chef des conservateurs a été écorché par l'actualité depuis le début de la campagne. M. Harper a toutefois de quoi se réjouir cette semaine, alors qu'Ottawa annonce un surplus de 1,9 milliard dans ses coffres. La nouvelle, favorable aux conservateurs, s'est retrouvée en une du Toronto Star, du Globe and Mail, du National Post et du Ottawa Citizen, pour ne citer que ceux-là. L'article en une du Globe and Mail représente un gain de réputation de 71 885 \$ pour Stephen Harper et ses troupes, selon l'outil d'analyse de presse [mesure \[d\]](#).

À cela, s'ajoute le verdict de la Cour d'appel, permettant le port du Niqab, aux cérémonies de citoyenneté. Avec sa décision d'amener la cause en Cour suprême, le gouvernement Harper a l'actualité de son côté cette semaine.

Jean Chrétien revient à l'avant-scène

La sortie de Jean Chrétien, aux côtés de Justin Trudeau, n'est pas passée inaperçue dans les médias. Plus de 515 articles ont été publiés dans la presse écrite et sur le web à travers le Canada. M. Chrétien en a profité pour égratigner M. Harper sur les réfugiés syriens et le NPD, sur la question référendaire. Même si Thomas Mulcair a répliqué en comparant Jean Chrétien aux Classels... l'appui de l'ex-premier ministre du Canada représente, sans contredit, un gain médiatique pour Justin Trudeau.

- **Les déficits :**

En chanson, Maxime Bernier abandonne les conservateurs

Dans un message radio diffusé dans sa Beauce natale, le député conservateur et ministre [Maxime Bernier](#) fait cavalier seul. Il y fait tourner un « ver d'oreille » qui ne parle que de lui, « un gars qui nous ressemble », sans aucune allusion à sa formation politique. C'est un plus pour Maxime Bernier, qui aura réussi à faire parler de lui, grâce à cette publicité, en plein milieu de la campagne. Un reportage sur le député de Beauce, diffusé lundi au Téléjournal 18h, lui vaut un gain de réputation de 7 800 \$.



Mais c'est aussi un moins pour M. Bernier... Déjà un électron embêtant pour les conservateurs – rappelons-nous l'affaire Julie Couillard – voilà que le candidat joue à un jeu bien dangereux : visant à être réélu sans se soucier de son parti, il pourrait se retrouver dans l'opposition... ou sur les banquettes d'arrière-ban si Stephen Harper redevenait Premier ministre...

Quand le Canadien fait de l'ombre aux élus

Jusqu'à maintenant, cette campagne électorale ne soulève pas les passions. Le tournoi de golf annuel du Canadien de Montréal est venu nous le rappeler de belle façon, il y a quelques jours. Si l'on se demande qui sera le prochain élu à la tête du Canada, force est d'admettre que le choix du prochain capitaine du CH motive davantage bon nombre de Québécois, sans parler des médias... Le Journal de Montréal a consacré sa une et 12 pages au tournoi de golf de nos glorieux. La Presse n'est pas en reste avec 4 pages complètes et une photo de Max Pacioretty sur sa une. À quand une pareille couverture pour les partis fédéraux ?



Semaine 8

- **Les gains :**

Y-a-t-il des femmes dans cette campagne ?

C'est la question que certains médias veulent mettre en lumière ces jours-ci. Les quotidiens Le Devoir et le Toronto Star ont organisé un débat lundi sur les enjeux féministes. Tous les chefs ont envoyé leurs commentaires sur ces enjeux par vidéo, sauf Stephen Harper.

Malgré tout, une candidate conservatrice, Michelle Kempel, se veut plus visible dans le reste du Canada pendant cette campagne que le ministre des Finances Joe Oliver et le ministre des Affaires étrangères, Rob Nicholson, si l'on se fie à une dépêche de La Presse canadienne.

Pour sa part, une candidate indépendante dans Papineau, Kim Waldron, se plaint de ne pas pouvoir être désignée comme « indépendante » sur le bulletin de vote.

Mentionnons aussi le NPD qui a visé la parité candidats-candidates. Le parti présente près de 50 % de candidates au Québec.

Conclusion : le féminin essaie tant bien que mal de l'emporter sur le masculin durant cette campagne...

- **Les déficits :**

Avons-nous parlé du Niqab ?

À tort ou à raison, le port du Niqab est devenu un sujet de discussion de la campagne, n'en déplaisent à ceux qui croient que c'est un non-enjeu. Depuis une semaine, le terme « Niqab » a été mentionné dans au moins 1 030 articles publiés dans les journaux et sur le web au pays. Près de la moitié de ces articles ont été publiés au Québec. Si l'on considère qu'il y a environ une soixantaine de femmes portant le Niqab au Québec, chacune de ces femmes a donc eu droit à huit articles sur elle depuis une semaine.



Les candidats douteux s'accumulent

Une longue campagne électorale a aussi ses avantages : comme celle de dénicher un nombre record de candidats douteux grâce aux médias sociaux. Cette semaine, on apprenait qu'un candidat conservateur de Winnipeg avait déjà comparé l'avortement au 11 septembre et à l'holocauste...

Pour sa part, le Bloc québécois, déjà pas mal éclaboussé dans ce domaine, a dû chasser un candidat qui avait louangé le Front national en France après les attentats de Charlie Hebdo. Une autre candidate bloquiste s'est aussi confondue en excuse après avoir appuyé sur Facebook un groupe qui s'oppose à « l'islamisation » du Québec.



Semaine 9

- **Les gains :**

Conservateurs : les bonnes nouvelles sont au rendez-vous

Cette 9e semaine est sans doute la meilleure pour les conservateurs depuis le début de la campagne : le parti progresse dans les sondages et Stephen Harper se tire indemne des débats. En prime : le premier ministre sortant propose une loi pour empêcher les hausses d'impôts et de taxes ! Une technique qui a fonctionné auprès des conservateurs au Royaume-Uni. Et le niqab traîne toujours dans l'actualité. Bref, tout baigne pour les troupes de M. Harper.

Rare entrevue de Stephen Harper à la radio

On ne peut pas dire que Stephen Harper multiplie les entrevues à la radio durant cette campagne. Les auditeurs de CHOI Radio X, à Québec, ont été gâtés, lundi, alors que le chef des conservateurs a donné une entrevue à Dominic Maurais. Une longue entrevue durant laquelle M. Harper a blâmé Radio-Canada pour ses faibles cotes d'écoute. Cet entretien avec l'animateur de Radio X vaut un gain de réputation de 15 300 \$* pour Stephen Harper, selon notre outil d'évaluation des médias, [mesure \[d\]](#).

- **Les déficits :**

Sondages décevants pour le NPD

L'accent mis sur le débat du niqab dans les médias fait dégringoler les intentions de vote du NPD, surtout au Québec. Un article du Journal de Montréal, annonçant la fin de la lune de miel du NPD au Québec, représente un déficit de réputation de -21 170 \$* pour le parti.

Il fallait donc s'y attendre : des voix dissidentes à la position du NPD sur le niqab se font entendre. Si Thomas Mulcair affirme être à l'aise avec la prestation de serment à visage couvert, Roméo Saganash et quelques autres candidats néo-démocrates ne l'entendent pas ainsi. Selon M. Saganash, le niqab est un « vêtement d'oppresseur ». Le débat sur le niqab continuera-t-il jusqu'au 19 octobre pour revenir en Chambre après l'élection ?



Le français de Justin Trudeau au débat de Radio-Canada

Plan Justin Trudeau Si Justin Trudeau a bien performé au débat Munk, on ne peut pas en dire autant au débat de Radio-Canada. La qualité de son français a fait énormément jaser. Sans parler de cette phrase, qu'il a répété sans cesse telle une cassette : « J'ai un plan ».

C'est toutefois le quotidien anglophone The Gazette qui avait vu venir les défauts de langage des chefs en français. Deux jours avant le débat de la SRC, un professeur de littérature de l'Université de Montréal nous avait prévenu : « He (Trudeau) makes strange mistakes, the kinds you don't expect to come out of the mouth of a francophone. »



Semaine 10

- **Les gains :**

Justin Trudeau rassemble

À deux semaines du vote, l'heure est aux grands rassemblements pour les partis politiques... lorsqu'ils ont la force d'attraction nécessaire.

Entouré de sa famille, Justin Trudeau s'est présenté dimanche dernier à Brampton, en Ontario, devant une foule estimée de 5000 à 7000 de militants, brandissant des pancartes rouges... de loin le plus grand rassemblement de cette interminable campagne.

Une photo de ce rassemblement s'est retrouvée en une du journal Toronto Star, lundi, ce qui représente un gain de réputation de 512 120 \$* pour les libéraux fédéraux, selon notre outil d'évaluation des médias, mesure [d].

Thomas Mulcair défile à Tout le monde en parle

Pendant ce temps, le chef du NPD défilait à l'émission Tout le monde en parle de Radio-Canada.

Premier chef fédéral à se pointer sur ce plateau au cours de cette campagne, Mulcair a offert une bonne entrevue, mais qui n'aura sans doute pas l'impact majeur souhaité pour relancer le reste de sa campagne.

Rien à voir avec le passage remarqué de Jack Layton, qui avait électrisé sa campagne au Québec après son passage à Tout le monde en parle.

- **Les déficits :**

Partenariat transpacifique: les deux solitudes médiatiques

Mardi matin, la majorité des quotidiens nationaux – National Post, Globe and Mail, Toronto Star, Ottawa Citizen, etc. – ont fait du Partenariat transpacifique la nouvelle la plus importante sur leur page couverture. Tous les journaux nationaux... sauf ceux du Québec !



La Presse misait plutôt sur un dossier sur les dons aux partis fédéraux, Le Journal de Montréal y allait d'une entrevue avec une femme portant le niqab, alors que The Gazette présentait un reportage sur l'impact des travaux de l'échangeur Turcot.

Même du côté de Québec, où Le Soleil traitait d'un enjeu touchant l'aéroport. Seul Le Devoir a fait du Partenariat transpacifique le sujet majeur de sa une.

Les politiciens éclaboussés par l'eau du fleuve

C'est l'histoire d'un maire qui souhaite déverser huit milliards de litres d'eaux usées dans le fleuve Saint-Laurent. Il est un ancien ministre libéral au fédéral.

Dans la même histoire, un ministre libéral québécois le soutient, et des élus en campagne électorale au fédéral – ses anciens adversaires – interviennent pour dénoncer cette décision. Et l'on s'accuse de partout de politiser cet enjeu!

Le déversement est prévu le dimanche 18 octobre, à quelques heures du début officiel du vote. De toute évidence, on s'éclabousse à qui mieux-mieux!



Semaine 11

- **Les gains :**

Vote par anticipation : l'Halloween avant l'heure

Pour ceux qui auraient vu des reportages sur le vote par anticipation le week-end dernier, sachez que l'Halloween n'est pas encore arrivée. Et que les bureaux de vote ne distribuent pas des bonbons... En réalité, plusieurs électeurs se sont présentés au bureau de scrutin le visage masqué avec des sacs de patates, de faux niqabs, des foulards ou des masques de clowns. Pourquoi pas ? L'instigatrice de ce mouvement – visant à protester contre le port du niqab – a donné une entrevue à l'animateur Sylvain Bouchard du 93,3 FM à Québec. Catherine Leclerc s'est ainsi mérité un gain de réputation de 6 960 \$*.

Justin Trudeau : passage remarqué à Tout le monde en parle

Justin Trudeau défilait à son tour sur le plateau de Tout le monde en parle, dimanche dernier, soit le même soir que Gilles Duceppe. C'est toutefois le chef libéral qui a fait davantage la manchette que son homologue bloquiste. « On n'a pas besoin d'une coalition » est le message de M. Trudeau que les médias ont retenu à la suite de son entretien à TLMEP. Le chef libéral s'en est aussi mieux tiré que Thomas Mulcair. Les médias avaient surtout rapporté que le chef néo-démocrate s'était dit « inconfortable » avec le niqab durant son entrevue avec Guy A. Lepage.

- **Les déficits :**

Le spectre du gouvernement minoritaire

Il fait presque aussi peur que les électeurs masqués au bureau de vote. De quoi parlons-nous ? Du spectre du gouvernement minoritaire... Selon les sondages, on se dirige possiblement vers un gouvernement minoritaire conservateur ou libéral. À tour de rôle, Gilles Duceppe, Justin Trudeau et Thomas Mulcair ont affirmé qu'ils renverseraient, à la première occasion, un gouvernement minoritaire conservateur. En entrevue éditoriale avec La Presse, M. Duceppe a martelé que « M. Harper ne sera pas premier ministre, même s'il arrive premier ». Bref, le gouvernement minoritaire a mauvaise presse.



Le retour des Ford

On le croyait disparu à jamais, mais l'ex-maire de Toronto, Rob Ford, est revenu sur le radar médiatique, question de donner un coup de pouce aux troupes conservatrices dans la Ville-Reine. Il faut croire que Rob Ford, tombé dans la disgrâce après avoir avoué qu'il consommait du crack, possède toujours une certaine aura à Toronto. Sinon, pourquoi Stephen Harper se serait-il présenté aux côtés de Rob Ford et de son frère, Doug ? À moins que la campagne électorale des conservateurs aille mal à ce point...