



François Bellefeuille dans l'une de ses nouvelles publicités Photo : YouTube

L'humoriste bien connu donne les deux tiers de sa nouvelle campagne de publicité à des petits commerces de diverses régions du Québec. Dans une série de 11 publicités de 30 secondes, il annonce en 10 secondes qu'il reste trois mois à sa tournée, puis il offre les 20 secondes suivantes à des entreprises, comme la cordonnerie Marco, à La Prairie, ou le casse-croûte Pat Rétro de Québec. Arnaud Granata, éditeur d'*Infopresse*, et Stéphane Mailhiot, vice-président stratégie pour Havas, analysent cette approche particulière.

« C'est un clin d'oeil assez amusant, dit Arnaud Granata. Sugar Sammy l'a fait aussi. Des extraits de spectacles, ça ne suffit plus. Il faut aller chercher l'attention médiatique, aussi. »

Publicité partagée de François Bellefeuille



Stéphane Mailhiot ajoute : « Ce qu'on achète en humour, c'est le style de l'individu. »

Il est également question **des cartes-cadeaux pour sauver les médias**, du **phénomène Mannequin Challenge** et de **la refonte de l'identité de la Fondation canadienne des maladies du coeur**.

Exemple du défi Mannequin Challenge

