

Opération Ramadan des Cœurs

Le succès de l'édition 2002 a incité le groupe Procter & Gamble (Tide, Ariel, Ace...) à renouveler cette année l'opération Ramadan des Cœurs. Le but étant de soutenir plusieurs associations humanitaires œuvrant dans des domaines variés tels que l'enfance des rues, les femmes en détresse, les handicapés, orphelinats, malades de la peau... En 2002, plus de 15000 familles avaient bénéficié de dons estimés à 2 millions de DH. Pour 2003, en plus des dons, le groupe compte offrir à l'Association Bayti une campagne médiatisée dont l'objectif consisterait à sensibiliser le public au thème des enfants des rues et de l'inviter à contribuer vivement à leur soutien. Action de proximité, cette campagne n'est pas une simple opération de charité mais une expertise en marketing et en communication. L'objectif du groupe est de renouveler cette opération annuellement. Une action à saluer.