



نجاة مجيد
"رئيسة جمعية بيتي"

رمضان القلوب

وقع اختيار مجموعة "بروكترا"، من خلال ماركتها الاستهلاكية (أريال، تايد وأنثشي) على جمعية "بيتتي" التي تعمل على إحدى الأوراش الكبيرة التي تهم المجتمع المغربي ظاهرة "أطفال الشوارع"، للاستفادة من مضمون وصلة إعلانية ستقدمها المؤسسة طيلة شهر رمضان للتعريف بعمل بالجمعية ودعوة جهات أخرى إلى دعم أنشطتها.

جاء الاختيار بحكم استجابة هذه الجمعية لمجموعة من الشروط التي وضعتها المجموعة، منها على الخصوص عملها بمبدأ التنمية المستدامة. وبذلك ستستفيد "بيتتي" من الحملة الإعلانية التي تقدمها المجموعة خلال شهر رمضان على شاشة التلفزة وعلى أمواج الإذاعة وفي الصحافة المكتوبة. الوصلة تتخذ شكل حكاية بسيطة تعرف في مضمون جميل معنى قيم المساعدة والتضامن.

وتتقترح في النهاية الاتصال بجمعية بيتتي لطلب مثل هذه المساعدات. تم إنجاز فكرة الوصلة الإعلانية من طرف وكالة GREY WORLDWID.

خديجة سبيل