

Ramadan des Cœurs

Ramadan des cœurs est une opération initiée par P&G (Procter &Gambel) dans le but de soutenir plusieurs associations. Cette année encore, P&G a procédé à une opération de donation de produits à Bayti, association en faveur des enfants de la rue. L'entreprise a réalisé une campagne médiatique dans l'objectif de sensibiliser le public au thème des enfants des rues, mais aussi de l'inviter à contribuer au soutien de cette association. Plusieurs partenaires de P&G se sont associés à cette campagne : Grey Worldwide pour la création de la campagne, Sigma pour la production, Naima Lemcharki a offert sa voix, photographes, illustrateurs et bien d'autres encore... Communiquer autrement sur ce thème sensible est la principale gageure de P&G et de ses partenaires. Au-delà des dons en nature, c'est toute une expertise en marketing et en communication qui s'est enclenchée. Sponsorisée par trois marques phares de P&G (Ariel, Tide, Ace) cette campagne est aussi une action de proximité.



Ramdan
des Cœurs