



FEDERATION TOGOLAISE DE FOOTBALL

Constituée le 24 Janvier 1960
Membre de la CAF 1962 - FIFA 1962 - UFOA 1976

DECISION N° 025/CE/PDT/FTF/2021

PORTANT CREATION DU DEPARTEMENT MARKETING ET COMMUNICATION

LE COMITE EXECUTIF DE LA FEDERATION TOGOLAISE DE FOOTBALL

Vu la loi N°2021-008 fixant les règles d'organisation, de développement et de promotion des activités physiques et sportives au Togo ;

Vu le décret N° 2015-081/PR du 04 novembre 2015 fixant les conditions d'octroi de l'agrément aux associations et fédérations sportives et définissant les modalités de délégation de pouvoir aux fédérations sportives nationales ;

Vu les Statuts de la FIFA ;

Vu les statuts et règlements de la Fédération Togolaise de Football ;

Vu le procès-verbal du Congrès ordinaire électif des membres du Comité Exécutif de la Fédération Togolaise de Football tenu à Kara, le 25 janvier 2020 ;

Vu le procès-verbal de la réunion ordinaire du Comité Exécutif du 15 octobre 2021 ;

Vu les nécessités de service ;

DECIDE :

Article 1^{er} : Il est créé, au sein du Secrétariat Général de la Fédération Togolaise, un département Marketing et Communication (DMC).

SECTION 1 : MISSIONS

Article 2 : Le département Marketing et Communication a pour mission de concevoir, mettre en œuvre et piloter la stratégie marketing et communication de la Fédération Togolaise de Football validée par le Comité Exécutif.

De concert avec le Secrétariat Général, le département Marketing et Communication élabore la stratégie commerciale de la FTF et développe des moyens susceptibles de la mettre en œuvre. Il défend l'image de la FTF et promeut les produits de celle-ci.

Pour le volet marketing, le département Marketing et Communication :

- Conçoit et met en œuvre la stratégie marketing ;
- Pilote les études marketing ;
- Définit le marketing mixte ;
- Analyse le marché et la concurrence ;
- Propose et met en œuvre une stratégie de promotion des produits.

Pour le volet communication, le département Marketing et Communication :

- Élabore une politique et stratégie de communication corporate ;
- Définit et met en œuvre la promotion et la commercialisation des événements et des espaces ;
- Met en place des campagnes de communication Multi-canaux (internet, presse, publicité, approche directe, etc.)
- Conçoit des actions de communication interne et externe
- Conçoit et met en œuvre une politique de relations publiques
- Veille à la notoriété de la FTF ;
- Effectue un bilan des stratégies de communication
- Pilote l'ensemble de la communication médiatique (rédaction de communiqués, dossiers de presse, ...)

SECTION 2 : COMPOSITION

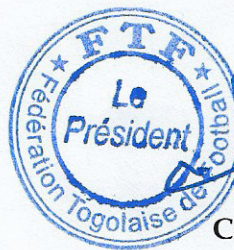
Article 3 : Le département Marketing et Communication est placé sous l'autorité du Secrétaire Général de la Fédération Togolaise de Football. Il est composé :

- Du chef de Département
- D'un responsable de la Communication Graphique
- D'un responsable Communication et Médias
- D'un responsable de la Communication Digitale

Article 4 : La présente décision, qui prend effet à compter de sa date de signature, sera enregistrée et publiée.

Fait à Lomé, le 20 octobre 2021

Le Président



Col. Kossi AKPOVY

Ampliations :

- Ministère des Sports et des Loisirs
- CNO Togo
- Ligues régionales
- Clubs de D1, D2, D3
- Archives
- Médias