



Le contrat entre la Fédération Camerounaise de Football et la marque française Le coq sportif est rompu.

C'est à travers un communiqué signé le 24 juin 2022, que la Fecafoot informe de la fin de sa collaboration avec l'équipementier français, Le Coq Sportif, habilleur des sélections nationales du Cameroun.

Le communiqué précise que la décision prendra effet après la CAN féminine 2022 à laquelle participe les Lionnes Indomptables au Maroc.

Le président de la FECAFOOT, indique le même communiqué, compte explorer d'autres pistes afin de doter les sélections d'un nouvel équipementier respectueux de ses engagements et ceci dans les plus brefs délais.



FEDERATION CAMEROUNAISE DE FOOTBALL CAMEROON FOOTBALL FEDERATION

Affiliée à la FIFA en 1962, à la CAF en 1963 et à l'UNIFFAC en 1998

COMMUNIQUE DE PRESSE N° /FECAFOOT/SG/DCOM/22

La Fédération Camerounaise de Football (FECAFOOT) informe l'opinion nationale et internationale qu'elle a décidé de mettre un terme à la collaboration avec l'équipementier *Le Cop Sportif*, habilleur des sélections nationales de football du Cameroun.

Cette décision prendra effet après la CAN féminine TotalEnergies Maroc 2022 à laquelle l'équipe du Cameroun prend part.

La Fédération Camerounaise de Football remercie Le Cop Sportif pour son accompagnement durant les deux années et demi de partenariat entre les deux entités.

Le Président de la FECAFOOT entend explorer dans les brefs délais les pistes d'une nouvelle collaboration avec un équipementier respectueux de ses engagements et fier d'associer son image au label des équipes nationales de football du Cameroun.

Fait à Yaoundé le 24 juin 2022

LE SECRETAIRE GENERAL p.i

Blaise DJOUNANG

Rappel, la FECAFOOT et la marque française Le coq sportif avaient signé le 3 janvier 2020 un contrat équipementier pour la fourniture des équipements sportifs aux sélections nationales de football du Cameroun, ceci jusqu'en 2023.

Le contrat avait été paraphé, côté FECAFOOT par son président de cette époque, Seidou Mbombo Njoya, et côté Le coq sportif par Patrick Ouyi, directeur marketing de la marque française.