



RÉPUBLIQUE TOGOLAISE

Ministère de l'Industrie et de la
Promotion des Investissements

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Atelier de validation de la stratégie de marketing territorial

Le 31 octobre 2024, le Ministère de l'Industrie et de la Promotion des Investissements, a organisé avec l'appui de la GIZ un atelier de validation en vue d'examiner et finaliser le rapport stratégique sur le marketing territorial et la promotion des investissements. L'atelier a eu lieu à l'hôtel Sarakawa de Lomé et a réuni une cinquantaine de participants dont des représentants de ministères, du secteur privé, des communes, ainsi que de partenaires de développement.

La stratégie vise à définir un plan de marketing territorial pour cinq villes pilotes notamment Kara, Blitta, Atakpamé, Kpalimé, et Aného. Elle s'inscrit dans l'optique de la valorisation des potentialités spécifiques des régions afin d'attirer des investissements et de stimuler la croissance économique locale. Cette initiative s'inscrit dans le cadre des plateformes institutionnelles dédiées à la promotion des investissements dans les différentes régions administratives. L'atelier de validation avait pour but de s'assurer que la stratégie de marketing territorial est en phase avec les objectifs de développement régional et qu'elle est efficace dans l'attraction d'investissements, qu'ils soient nationaux ou internationaux.

Cette phase pilote, a permis de mettre en lumière les atouts distinctifs de chaque ville. Atakpamé s'affirme comme un pôle commercial dynamique, tandis que Kara, grâce à sa position géographique stratégique, ouvre des perspectives pour le développement logistique et commercial du Togo. Blitta, située au cœur du pays, se distingue par ses ressources agricoles et forestières, favorables à l'agro-industrie et à l'écotourisme. Kpalimé, avec ses paysages verdoyants et ses cascades, offre une destination idéale pour le tourisme de nature, tandis qu'Aného, riche en histoire et en patrimoine, reflète le potentiel du Togo pour le tourisme culturel.

La cérémonie a été marquée par la présence des maires et des représentant des mairies concernées. La séance interactive a permis d'aborder diverses questions et de recueillir les contributions des parties prenantes et des partenaires de développement en vue d'enrichir le document.

La finalisation du document stratégique validé intégrera les contributions recueillies au cours de cet atelier, afin de soumettre une version consolidée et approuvée qui guidera les actions de marketing territorial dans les villes pilotes.

Source : Ministère de l'Industrie et la Promotion des Investissements.