

14. SECTION 14: MARKETING, PROMOTION, COMMUNICATION ET PRIX

14.1. Généralités

- 14.1.1. Le directeur du marketing et des communications doit travailler avec le directeur administratif pour coordonner les initiatives de marketing et de communication de CC

14.2. Marketing

- 14.2.1. CC doit axer ses efforts sur la commercialisation du sport de la crosse, dans les deux domaines suivants:
 - 14.2.1.1. Promotion, et
 - 14.2.1.2. Commandite, publicité et levée de fonds.
- 14.2.2. Le programme de marketing doit englober tous les secteurs, tous les domaines techniques ainsi que toutes les autres initiatives générales.

14.3. Promotion

- 14.3.1. CC doit s'efforcer de promouvoir le sport de la crosse de toutes les manières possibles, notamment par la publication d'un bulletin, d'affiches et autres brochures, et la production de ressources audiovisuelles.
 - 14.3.1.1. Semaine de la crosse
 - 14.3.1.1.1. Chaque année, la semaine qui commence le deuxième lundi de juin est désignée «Semaine de crosse» au Canada.