



# ANNEXE 11

## COMMUNICATION ET MARKETING



## Table des matières

<b>COMMUNICATION ET MARKETING</b> .....	<b>3</b>
<b>SECTION 1 – OBJECTIF</b> .....	<b>3</b>
<b>SECTION 2 – COMMUNICATION ET MARKETING</b> .....	<b>4</b>
2.1 L'ENGAGEMENT DES MEDIAS .....	4
2.2 LE SITE WEB .....	4
2.3 MEDIA SOCIAUX .....	4
2.4 PUBLICATIONS.....	5
<b>SECTION 3 – ORGANISATION DES EVENEMENTS SPECIAUX</b> .....	<b>5</b>
<b>SECTION 4 – PARTICIPATION AUX FORUMS MINIERES INTERNATIONAUX</b> .....	<b>7</b>



## COMMUNICATION ET MARKETING

### SECTION 1 – Objectif

L'objectif global est de créer un impact maximal pour la cartographie géologique de la RDC et de leurs capacités en communication avec le monde à travers les médias, le web et la participation du public. Dans ce processus, il est inclus la participation et la représentation active dans les forums miniers du monde entier.

La RDC fera usage de traditionnels, nouveaux et émergents canaux de communication pour communiquer sa recherche scientifique et technologique avec les grands thèmes suivants:

- La radiodiffusion, la science et des histoires pour le public local et international.
- Des événements spéciaux en la RDC pour présenter l'évolution et de créer un réseau de les parties prenantes.
- Participation à des forums internationaux.

Les autorités de la RDC doivent:

- Soutenir et encourager le personnel à coopérer avec les médias et d'autres canaux de communication.
- Création de publications et des vidéos des membres du personnel et de la recherche.
- Rechercher et raconter les histoires de la science et de la technologie.
- Utilisation des infographies et autres documents numériques pour apporter l'impact de la science et de la technologie.
- Développer un site web et des canaux médias sociaux.
- Produire des publications sur papier, mais en même temps, la poursuite du développement de la publication digital des cartes et des rapports
- Organiser d'événements locaux pour créer une communauté autour de l'industrie minière en la RDC.
- Avoir une présence active dans les forums internationaux.



## SECTION 2 – Communication et Marketing

L'objectif de la communication publique est de faire connaître les activités de la géologie et des mines et de la RDC pour le public local et international

Une communication efficace aidera les populations locales comprennent l'activité et fournissent une valeur ajoutée en termes de développement local et de l'intérêt pour l'industrie de la géologie et des mines.

Dans un contexte international, la communication contribuera à créer la confiance dans le pays et les informations. La transparence et la communication ouverte attirera l'intérêt des institutions spécialisées et des investisseurs potentiels.

### 2.1 L'engagement des médias

Notre vision est de devenir une référence en la RDC et en Afrique pour les géosciences et un point de contact de premier plan pour les médias mondiales.

Cela peut stimuler la prise de conscience de l'organisation géologique de la RDC. Dans ce context:

- Maintenir la réputation d'être une autorité fiable, professionnelle et objective sur les questions géoscientifiques et minières.
- Rencontrer toutes les demandes des moyennes raisonnables d'accès à la information géologique et géophysique de la RDC et d'être proactif avec des interviews, des commentaires, des chiffres et des enregistrements.
- Répondre rapidement à toutes les demandes des médias.
- Publier des communiqués de presse et déclarations directement aux médias et via le web.

### 2.2 Le Site Web

La création d'un site Web est importante pour promouvoir l'information de la RDC à l'intérieur du pays et à l'étranger.

Le site peut devenir la «vitrine» pour l'organisation. Il doit prendre en considération de l'expérience de l'utilisateur avec un accent sur le nouveau contenu Web, le plus recherché des informations et des données, et les domaines de la science et de la technologie qui se rapportent à la récente couverture médiatique.

Tâches spécifiques:

- Créer et maintenir les standards, les sites Web avec un design d'entreprise cohérente qui permet au public de consulter les données et informations où qu'ils se trouvent.
- Créer applications dynamiques qui permettent aux utilisateurs de rechercher et de parcourir les données.
- Créer des sections intéressantes liées à la géologie en la RDC.
- Fournir des données sous licence via extranets et boutiques.

### 2.3 Média Sociaux

Social Média sera utilisé pour créer une réputation positive et une image de marque forte pour les institutions de la RDC en géologie et des mines. Les médias sociaux facilitent la communication



bidirectionnelle cohérente, opportune et efficace entre l'organisation et le public (y compris le personnel et les parties prenantes).

Pourtant, l'information et l'opinion exprimée ici a le potentiel pour atteindre bien au-delà du monde en ligne. Par exemple, il est rapidement devenu une pratique courante d'utiliser le contenu des médias sociaux dans les rapports de presse, les débats parlementaires et les salles d'audience. Il est cette popularité croissante et de l'impact des médias sociaux comme un outil de gestion de la communication et de la réputation qui crée un besoin d'affaires pour une stratégie de médias sociaux unifiée.

Ça veut dire:

- Créer un dialogue fort avec tous les publics à fournir une compréhension claire de la vision, la stratégie et les valeurs de l'organisation.
- Fournir des informations à temps sur des événements ou des nouvelles spéciales.
- Garder tous les publics informés des offres et des possibilités de recherche disponibles dans les institutions de la RDC.
- Promouvoir le travail excellent, le succès et les réalisations des employés au sein du projet.
- Impliquer les médias sociaux dans le bureau de presse, le développement des entreprises, des produits et des campagnes de vente, ainsi que «les voies d'impact» prévoit de renforcer et d'élargir la participation du public et de l'impact.
- Créer une relation dynamique entre le contenu des médias sociaux et le contenu d'un site Web, par exemple, la promotion de liens vers le nouveau contenu Web, le cas échéant, avec les médias sociaux et se nourrit de pages Web pertinentes.

#### 2.4 Publications

Les objectifs clés d'une stratégie de publication sont à:

- Améliorer la production et de l'impact des articles afin d'assurer l'ensemble du programme géologique et géophysique soutenue par la science.
- Écrire (créer du contenu) une fois, réutiliser plusieurs fois.
- Développer des liens plus forts sémantiques et spatiaux entre les publications, des cartes, des modèles et des données.
- Répondre avec souplesse aux diverses exigences de nos parties prenantes, les nouvelles tendances culturelles et des nouvelles technologies dans le monde de l'édition.
- Encourager une plus grande feedback de la communauté et les contributions aux publications.

Dans ce contexte, le développement d'une stratégie de publication sera élaboré, détenue et dirigé par un groupe de stratégie de publication avec les représentants des institutions de la RDC liées au projet.

Avec la stratégie de publications, nous pouvons développer et mettre en œuvre une approche des publications intelligentes (iPubs) à publier des recherches en utilisant une plate-forme MediaWiki. Cela va créer une nouvelle chaîne de publication. Il permettra la publication facile de contenu web riche; fournir une interface conviviale pour le personnel pour créer et éditer de nouveaux documents; nous permettant de développer le «écrire une fois, réutiliser plusieurs fois» de l'approche de la création; et contribuer à rendre le contenu statique disponible sémantiquement.

### SECTION 3 – Organisation des événements spéciaux



Nous allons organiser et accueillir des événements spéciaux pour présenter notre projet aux parties prenantes nationales et internationales.

L'objectif des événements sera d'obtenir la confiance des investisseurs et prescripteurs potentiels et ouvrir la possibilité de développer de nouvelles activités liées aux nouvelles données géophysiques et géologiques.

Ces événements peuvent être organisés combinant périodiquement la présentation des nouveaux développements du projet ou de données spécifiques à une activité d'intérêt général dans l'industrie minière ou les institutions de géologie.

Il est proposé d'avoir 2 événements par an. À titre d'exemple qui peut être adapté au développement spécifique du projet et de l'intérêt des parties prenantes:

- An 1:
  - Au début du projet: présentation.
  - Premier rapport: 6-8 mois après le début du projet avec des résultats initiaux.
- An 2:
  - Anniversaire exposition: données initiales seront disponibles pour présenter combiné avec une vision experte de l'industrie minière.
  - Forum des investisseurs: première approche pour les investisseurs.



## SECTION 4 – Participation aux forums miniers internationaux

Une présence internationale dans les forums est très important de connaître les principaux acteurs de l'industrie et de comprendre les tendances et les évolutions du marché.

Le secteur minier célèbre de nombreux événements au cours de l'année dans différentes zones géographiques et un point pour les investisseurs, les fournisseurs, les clients, etc.

Par exemple, en 2016, il y avait les événements suivants dans l'industrie:

- Vancouver Resource Investment Conference (Canada)
- Mineral Exploration Roundup 2016 (Canada)
- Northern Lights 2016 (Canada)
- Global Mining Summit 2016 (USA)
- Investing in African Mining Indaba (Afrique du Sud)
- 2016 KEGS Geophysical Symposium (Canada)
- PDAC 2016 – International Convention, Trade Show & Investors Exchange (Canada)
- 11th International Conference on Mine Closure (Australie)
- Mining Health and Safety Conference (Canada)
- Mining Investment Asia 2016 (Singapour)
- CIM Convention 2016 & Expo (Canada)
- Aachen International Mining Symposia (Allemagne)
- Forum International: Mining, Hydrocarbon, Energy and Industry (Brésil)
- CIME 2016 – China International Mining Expo (China)
- Canadian Mining Expo 2016 (Canada)
- XXVIII International Mineral Processing Congress (IMPC 2016 Congress) - Canada
- Mining, Exploration Convention & Trade Show (Inde)
- Mining on Top: Africa – London Summit MOTA 2016
- China Mining Congress & Expo
- MINExpo International 2016 (Etats-Unis)
- MINEX Russia 2016: 12th Russian Mining and Exploration Forum
- Xplor 2016 (Canada)
- Mining & Investment Latin America Summit 2016 (Pérou)
- The Mena Mining Show 2016 (Dubai)
- International Mining and Resources Conference, IMARC (Australie)

La présence dans ces réunions de l'industrie sera un facteur important à prendre conscience de l'industrie et de présenter les résultats et les opportunités sur le marché. Il est presque impossible d'assister à tous les forums, mais une présence active sera nécessaire dans les événements les plus importants.