

PV GTCOM

Présences

| Membres | Présent | Excusé |
|----------|---------|--------|
| Esther | X | |
| Fabienne | | X |
| Charly | | X |
| Steve | X | |
| Tim | X | |
| Séb | | X |
| Sara | X | |
| Daniela | X | |

Prise du PV : Steve

Présentation des stagiaires Com

Fonctionnement GT comm et employés comm

Vision de Tim : utiliser groupe comm => stratégie global et se réunir 1x par mois pour faire le point de l'état actuel de la comm. Proposition de plans durant les réunions. Soutien de la part du groupe comm pour création de contenu, article, etc.

Esther : D'accord avec Tim. Répartition des tâches. Problème de création de compte Twitter car code envoyé sur contact@... Et pas d'accès.

Est pour Twitter pour son côté débat et participatif mais souhaite être encadré et ne pas être seul.

Intégration de Sara et Daniela au groupe de travail comm sur whatsapp pour mieux partager les infos ou simplement discuter sur les choses à travailler actuellement.

Mieux gérer l'organisation des dates pour les prochaines réunions.

Tous les jeudis un tournoi de groupe de travail à l'auberge pour permettre aux gens extérieurs de voir comment fonctionnent les groupes de travail

Campagne hôtel & resto spécial saint-valentin

Daniela explique leur méthode de travail avec les newsletter. Esther indique que c'est trop court le délai entre les newsletter et cela inonde.

Trier les contacts pour les newsletter pour éviter les mails inintéressants. Une fois par mois c'est bien pour un mail généralisé. Cependant, pour des newsletters plus ciblés, une fréquence.

Steve propose un système de blog/news sur le site pour que les gens cherchent eux-mêmes l'info.

Newsletter centralisée beaucoup sur la vie de l'auberge tel que la participation à un événement, nouvelle carte, etc.

Campagne réouverture resto mars

Communication sur une probable ouverture.

Campagne culture covid avril

Demande de fonds pour adapter la culture en mode covid. Streaming. Les artistes sont payés 75% malgré annulation et seront payés une seconde fois lorsque l'événement se produira.

Manger, boire en bas. Artistes qui dorment 4-5 jours et fait tourner la vie de l'auberge. Artistes payés généralement 1 mois après l'annulation d'un concert

Découvrez les vergers 2021

GoVergers & Ecoverger . Mettre en avant les acteurs du quartier et montrer ce qu'ils font. Gouvernance du quartier. Format : Présentiel à l'école des Vergers ou peut-être événement complètement en ligne. Podcast des acteurs du quartier. Inscription des acteurs à des tranches horaires pour se présenter. Rapide présentation de 25-30 min. 30min de questions.

Samedi 13 mars. On accepte l'invitation. Esther confirme par e-mail et on s'organise pour trouver 2-3 personnes qui sont motivés à présenter l'auberge.

Stratégie mobilisation coopérateur

Créer tableau newsletter à afficher à l'entrée de l'auberge. Sara et Daniela doivent réfléchir à comment le faire et nous proposer des idées pour la prochaine réunion.

Dynamiser l'appel d'aide. A discuter avec Sara et Daniela et nos workshops avec l'ux designer

Divers

Campagne culturelle => plus carrée et style graphique sur les vidéos.

- Evénements culturel de Meyrin
- Participation alterniba pour le côté social & solidaire. En parler à la prochaine réunion => à mettre à l'ordre du jour.
- Newsletter. Trouver une alternative plus éthique pour la prochaine réunion. Infomaniak proposé.