



PERSPECTIVES 2022

- **Rassembler** plus d'associations et de partenaires. Fort de notre expérience, nous pourrions doubler le nombre d'associations membres et sans peine augmenter les partenaires restaurateurs / hébergeur/producteurs. Pour cela utiliser les supports : plaquettes, dossier de presse, existence de page Facebook et site.
- **Organiser des voyages de groupes de visites patrimoniales** intra territoire et en provenance de centre voisins (littoral et villes du Languedoc), associant adhérents et partenaires. Des discussions sont en cours avec les Autocars Pons. Des thématiques seront mises en place : religieux, religieux chrétien, industriels, médiéval civil et religieux, traditions.
- **Poursuivre la visibilité** nationale voire internationale média. Des candidatures à des émissions télévisées ont été lancées. Envisager un nouveau voyage de presse élargi au tourisme. Solliciter d'autres médias directement.
- **Animation :**
 - Nouvelle participation aux JEMA en avril 2022 : plusieurs sites pouvant accueillir 4/5 artistes / artisans pendant un week-end.
 - Travailler avec les OT pour des actions conjointes autres que relais d'information.
 - Définir une action commune pour les Journées Européennes du Patrimoine de septembre 2022 (ex : création d'un quizz patrimonial primé).
 - Etendre les actions conjointes à plusieurs sites et partenaires.
 - Approfondir les thématiques.
- **Communication :**
 - interne :
 - diffuser une lettre d'info au minimum trimestrielle ;
 - les adhérents doivent prendre l'habitude d'informer PHT de leurs programmes et de leurs communications pour qu'ils soient relayés et partagés sur les réseaux sociaux avec les bons renvois (#tag)
 - externe : ne pas hésiter à citer l'affiliation à PHT, voire à associer PHT dans toute opération y compris hors territoire.
- **Entretiens plus approfondis avec les institutionnels** pour une meilleure intégration dans la communication des OT de l'expertise des associations tant sur les contenus que sur la forme.