



Aude Herault

Sud Languedoc

Le Magazine des Territoires Authentiques

MAG

Mensuel N°1/ Mai 2021

NOS TERROIRS EN FAIRE VALOIR DU TOURISME ?

SAINT-CHINIAN: LE BIO
POUR UNE RENAISSANCE.

CANAL DU MIDI EN
CONVALESCENCE.

GILLES GOUJON CHEF AUX 3
ÉTOILES ET 2 RESTAURANTS

NARBO VIA OUVERTURE D'UN
MUSÉE DE L'HISTOIRE ROMAINE
ARTERRIS L'ENTREPRISE DE
25 000 AGRICULTEURS.

Tellement Festives



LES BULLES DE SÉRIÈGE

En vente à l'Office de Tourisme du Canal du Midi à
Saint-Chinian

Maison Cantonnière - Quai Elie Amouroux 34310
CAPESTANG

Tél : +33 (0)4 67 37 85 29

CHÂTEAU DE SÉRIÈGE
Vignoble & Réceptions de prestige
Seriege.fr



Château de Sériège 34310 CRUZY

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, a consommer avec modération

SOMMAIRE

Éditorial

Page 4 Éditorial Gilles Pierre YOLLE



Saint Chinian, l'avenir en bio !

Pages 5,6,7,8,9. Interview de Geoffray BOULADE Responsable de la Communication de la cave de Saint Chinian et du Président du Syndicat du cru du Saint Chinian Roger MARTIN



Les Adresses Incontournables

Page 10 La Maison de Petit Pierre de Pierre AUGÉ (Béziers) et Auberge de la Croisade (Cruzy),



La Personnalité du Sud Languedoc

Page 11 Gilles GOUJON L'Auberge du Vieux Puits *** (Fontjoncouse) et L'Alter-Native (Béziers),



La Recette du Sud Languedoc

Page 13 La Brasucade de Sète,



L'Entreprise du Sud Languedoc

Pages 13,14 ARTERRIS, l'entreprise de 25 000 agriculteurs (Castelnaudary),



Auteurs du Sud Languedoc

Page 15 Châteaux Anciens, Tours & Métairies Nobles, par ses auteurs Frédéric Mazeran et Jacques Nougaret (Béziers)



Tourisme

Pages 16,17,18,19 Nos Terroirs, Faire Valoir du Tourisme par Muriel MILHAU (Capestang)



Événement:

Pages 20,21 NARBO VIA Ouverture du Musée consacré à l'Histoire romaine. (Narbonne)



L'Artiste du Mois

Pages 21, 22,23 Marie Christine YVANES MATRAY,



Le Canal du Midi en Convalescence

Pages 24, 25 VNF ,Il faudra entre 30 et 50 ans pour retrouver l'effet de voûte arborée, si caractéristique du canal du midi. Un engagement pris pour les générations futures.



Saint Chinian, l'avenir en bio !



Pages 5,6,7,8,9

Nos Terroirs en Faire Valoir du Tourisme !:



Pages 16,17,18,19

ARTERRIS, l'entreprise de 25 000 agriculteurs à Castelnaudary.



Pages 13,14,

Gilles GOUJON, LE Chef aux 3 étoiles et 2 restaurants.



Page 11,

Canal du Midi, en convalescence.



Pages 25,26



Informé sur les atouts de nos territoires du Sud-Languedoc est notre idée première, même dans un contexte économique qui ne s'y prête pas nous restons positifs sur ce qui fait nos identités de terroir.

Comment ne pas mettre en avant l'ensemble de nos savoirs faire au travers des possibilités que nous offre le numérique.

Pour le premier numéro de mensuel nous avons voulu mettre en avant comme thème principal une interrogation où tous les acteurs sociaux-économiques de nos territoires sont concernés « Nos terroirs sont-ils les faire valoir du tourisme ». En effet, comment ne pas faire cause commune entre le tourisme et nos terroirs, le soutien des uns retombant sur l'activité des autres.

Malgré qu'un certain nombre d'offices de tourisme ont déjà adopté cette démarche, on constate un manque total de communication entre ces deux mondes qui ont de nombreux intérêts communs. Comment créer des passerelles factuelles et durables entre ces pôles économiques, ne doit-on pas créer des événements communs afin de trouver et développer ensemble les facteurs déterminants d'attractivité pour nos territoires.

Nous croyons aux valeurs historiques de nos territoires sur lesquelles reposent une grande partie des fondements de l'avenir de nos enfants.

Nos langues, nos paysages, nos cultures, nos façons durables de vivre et notre idée de modernisation de cette terre en gardant nos traditions dont nous sommes simplement les passeurs de témoins d'une signature indélébile de l'endroit où nous vivons, le Sud-Languedoc.

Gilles Pierre YOLLE, rédacteur.

Sud Languedoc Développement Association
Rédacteurs : Michel DELMAR, Anabelle YOLLE.

Tel: 06 51 99 54 43 sudlanguedoc@orange.fr
www.sudlanguedoc.com

Saint-Chinian « Le Bio pour renaissance »



L'arrivée à Béziers en 1860 du train de Paris signe le premier acte de la mondialisation : le vin local inonde la capitale, la surface de quatre départements languedociens (Gard, Hérault, Aude, Pyrénées-Orientales) atteint en quelques années 380 000 hectares, de grands châteaux sont bâtis à la hâte un peu partout. Située à une vingtaine de kilomètres de Béziers, Saint-Chinian est en première ligne et en profite largement. La suite s'avère plus difficile avec le phylloxera de la fin du XIXe siècle, la grande mévente du début du XXe siècle et la surproduction d'après-guerre. Mais, après toutes ces vicissitudes, le vignoble renaît peu à peu. Le saint chinian devient vin

délimité de qualité supérieure (VDQS) en 1951 et obtient son appellation d'origine contrôlée en 1982.

Aujourd'hui, le grand atout de l'appellation Saint-Chinian demeure son terroir, éclaté en deux gros morceaux. Au nord, il est très schisteux, tout comme à Faugères, et il engendre des vins sombres, ronds et suaves, d'une grande originalité. La partie sud est plantée sur des sols argilo-calcaires, certes plus communs en France, mais qui donnent des vins plus frais et plus vifs, ce qui constitue un grand avantage dans une région méridionale. Cette hétérogénéité entre deux types de vin pourrait être un handicap, mais l'appellation est suffisamment vaste pour abriter sans problème les deux caractères. Qu'ils soient du nord ou du sud, cette différence fondamentale de style, qui est un bonheur pour les esthètes du vin, est largement gommée dans bien des propriétés par la présence de deux cuvées, l'une élaborée par macération carbonique et jouant le fruit immédiat, l'autre par vinification classique avec des vins plus profonds et destinés à la garde. Le vignoble de Saint-Chinian, qui s'étend sur 20 villages pour 300 vignerons;

Le renouveau des Vins du Saint-Chinian pourrait-il venir dès maintenant par le développement des vignerons qui choisissent le bio!

Nous avons posé la question aux différents acteurs du cru: Cave de Saint-Chinian, Geoffray BOULADE Responsable de la Communication de la cave de Saint Chinian.



SLM : Les vignerons de Saint-Chinian voient la notoriété de leurs vins AOC en hausse depuis une dizaine d'années, pouvez-vous nous expliquer, à votre avis quelles en sont les raisons!

Geoffray BOULADE : La notoriété se fait grâce au travail des producteurs de vin. Un renouvellement de la production qui s'engage vers un travail qualitatif avec une sélection parcellaire bien plus à la pointe.

Ce travail est obligatoire à cause des nouveaux modes de consommation, le consommateur est devenu un acteur de sa consommation. Nous parlons de consommateurs environnementaux.

Saint-Chinian « Le Bio pour renaissance » (suite)

SLM: La qualité de vos vins sans sulfites ajoutés, les considérez-les comme vins naturels, ceux-ci sont-ils bio!

Geoffray BOULADE Ce ne sont pas des vins naturels. Il ne faut pas trop perdre le consommateur dans l'acte d'achat. A force de tout mettre dans l'environnemental nous avons peur de perdre la confiance de l'acheteur. De notre côté la cave n'a pas la possibilité de passer encore en bio dans son processus de production et vinification, nous allons y arriver avec du retard. Avant de produire et revendiquer la culture biologique il nous semble essentiel de faire adhérer nos coopérateurs à ce mode de culture en amont. Nous préférons des producteurs convaincus en les démarches que des producteurs intéressés que par le rendement financier. Le partage, l'écoute, le savoir-faire et le service sont des valeurs que nous portons ensemble à la cave.

SLM: Les perspectives de récoltes 2021 suite au gel de ce mois d'avril, seront-elles au rendez-vous ! Qualité, quantité...

Geoffray BOULADE Une catastrophe vient de s'abattre sur nous ! Dame nature dans sa toute puissance a pris la décision de mener de revers cette récolte 2021. Qu'il en soit ainsi, nous subissons cela sans pouvoir lutter. La production pour cette prochaine année sera difficile dans le sens où les hectolitres de vin seront manquants. Cela fait plus de 10 ans que la cave se positionne sur la commercialisation exclusivement bouteilles. Un marché de perdu par manque de stock est un marché qui ne sera pas forcément repris l'année d'après.



SLM: Un de vos événements annuels est "l'Art à Cave" pouvez-vous nous en expliquer la démarche marketing et quel est le public visé.



Geoffray BOULADE: Belle idée que de faire découvrir un site de production viti-vinicole à des publics intéressés par cela. Nous avons entre les mains des cathédrales du vin qui sont des marqueurs essentiels de l'histoire du Midi. La grande époque du vin a pu laisser de par son passage ces monstres de production.

C'est en 2013 en partenariat avec l'Agence de Communication Karactère que la cave lance une galerie d'artistes de renom dans la cave, sur les murs des cuves de production. Apporter à un site de production un côté culturel est important à notre sens. Les artistes qui viennent élaborent une fresque qui tourne autour du

sud, de la vigne et du vin. Notre Maître de Chai, Œnologue lui s'occupe de produire un vin à l'image de l'artiste. Cette cuvée série limitée devient l'ambassadrice de l'artiste en arborant en miniature sur son étiquette la reproduction de la fresque géante (pour info les fresques font 7 mètres de long par 3 de haut).

Laura CHAPLIN, pour l'Art en Cave est une artiste aux inspirations multiples, allant de l'univers équin aux clins d'œil à son célèbre grand-père. Élevé en barrique 12 mois, ce grand vin élaboré en majorité avec le cépage grenache, est soyeux, velouté, d'une grande finesse et d'une remarquable élégance.

Cuvée Laura Chaplin Édition 2019 AOP SAINT-CHINIAN



Saint-Chinian « Le Bio pour renaissance » (suite)

SLM: Pensez-vous que les terroirs sont un faire valoir pour le tourisme !

Geoffray BOULADE : L'un ne va pas sans l'autre. Le tourisme que nous ciblons et qui nous intéresse est un public peuplé de personnes curieuses et intéressées par cette culture de la vigne. Nous sommes dans l'incapacité de répondre aux demandes d'un public de masse, nous préférons partir sur le « slow » tourisme, un tourisme de découverte. Il est essentiel que les personnes qui partent de la cave soient des ambassadeurs du dispositif de l'art en cave. Le tourisme expérientiel est pour nous l'avenir.

SLM :Pensez-vous que terroirs et tourisme sont indissociables d'une attractivité durable!

Geoffray BOULADE :Partant de notre objectif de public ciblé ou tourisme expérientiel il est impossible de passer à côtés des nouveaux codes que la société adopte. Le but n'est pas de détruire notre environnement



de travail mais de le faire connaître pour que les futures générations jouissent d'un outil viable et convenable. Nous parlons beaucoup à la cave d'artisans vigneron.

CAVEAU DE SAINT CHINIAN www.vin-saintchinian.com

Route de Sorteilho 34360 SAINT CHINIAN,

Tél. 0467382840 E-mail : caveau@vin-saintchinian.com 



Saint-Chinian « Le Bio pour renaissance » (suite)

Nous avons aussi interrogé le Président du Syndicat du cru du Saint Chinian **Roger MARTIN**



SLM: Les vins de Saint-Chinian sont depuis quelques années en regain de notoriété, est-ce du fait d'une qualité générale montante vers des grands vins et/ou du fait du Bio choisi par un nombre croissant de vigneron du cru!

Roger MARTIN : Les 2. En effet, depuis plusieurs années, les vignerons cherchent à faire des vins de qualité, pour répondre aux demandes de leurs clients. Le cahier des charges est stricte et la qualité des vins provient du travail acharné qui est fait de la vigne à mise en bouteilles. De plus, pour répondre à la demande de produits biologiques, près de 50 % des caves particulières sont en bio (32 entreprises) ou en conversion bio (10).

SLM: A votre avis quels sont les 5 meilleurs vins Bio de l'AOP Saint-Chinian.

Roger MARTIN: Impossible pour un syndicat de répondre à cette question. C'est juste une histoire de goût personnel. Schistes et calcaires qui composent l'AOP Saint-Chinian sont-ils des atouts ou des inconvénients pour les consommateurs, en quoi diffèrent-ils!



Les 2 terroirs de l'appellation (SCHISTES & ARGILLO-CALCAIRES) sont des atouts pour Saint-Chinian. Chaque terroir donne des caractéristiques bien particulières. Et les domaines qui ont la chance d'avoir des vignes sur les 2 terroirs peuvent proposer des vins alliant les bénéfices de chacun.

Sur **schistes**, on va trouver des vins soyeux, arômes de petits fruits noirs, arômes de grillé, de cacao, d'une belle persistance.

Sur **argilo-calcaires**, les vins sont frais, intenses, avec des arômes de fruits rouges (cerises), de garrigue, longs et harmonieux.

SLM: Les gelées tardives du mois d'avril vont-elles altérées sur la qualité/quantité des récoltes 2021 avez-vous une estimation!

Roger MARTIN: L'appellation a été très touchée par les gelées d'avril. 70 % de l'appellation a subi les gelées. Les parcelles touchées ont perdu entre 20 et 100 % de la récolte. On estime une diminution de 40 % de la récolte pour 2021. 7 ou 8 communes sur les 20 de l'appellation sont très touchées. Les gelées ont été très précoces dans le cycle végétatif, et n'auront donc pas d'incidence sur la qualité des vins. Seule la quantité sera impactée.



Saint-Chinian « Le Bio pour renaissance » (suite)

SLM: Quels seront les événements majeurs de l'AOP Saint-Chinian de cette année 2021!

Roger MARTIN : Comme pour 2020, la communication de l'année 2021 sera impactée. Les manifestations publiques sont impossibles au moins jusqu'en juin. Pour remplacer un peu les salons, nous avons fait réaliser 4 petits films, expliquant les 2 terroirs. Ces films ont été divulgués sur les réseaux sociaux et ont rencontré un vif succès. Nous avons aussi pu travailler avec notre attachée de presse, pour recevoir des journalistes ou leur envoyer des échantillons afin de continuer d'écrire sur nos vins. (France et Angleterre).

Cet été nous prévoyons d'organiser en juillet (les 16, 17, 30 et 31), 4 soirées « Bars à vins Éphémères » pour les touristes, en extérieur, sur la commune de Saint-Chinian. 4 à 5 vigneron·nes différents par soirée, feront déguster leurs produits, dans une ambiance familiale, musique calme, et restauration sur place par des producteurs locaux.

A l'automne, en partenariat avec le CIVL, il est prévu d'accueillir des professionnels (acheteurs, journalistes,...) en petits groupes. Les grosses manifestations prévues en 2021 seront reportées en 2022.

SLM: Pensez-vous que les terroirs du Sud Languedoc sont des Faire-Valoir du tourisme!

Roger MARTIN : Notre belle région est un atout primordial pour le tourisme. En plus du vin, on peut trouver beaucoup d'activités de plein air comme la baignade en rivière, le canoë, l'escalade, la randonnée, le vtt, le tout dans des paysages somptueux.

SLM: A votre avis le tourisme et les terroirs ne devraient-ils pas communiquer ensemble et créer des événements communs!

Roger MARTIN : Par le passé, les appellations ont déjà travaillé ensemble pour avoir un impact plus important et faire des économies d'organisation. C'est toujours d'actualité. Peut-être l'année 2022 pourra montrer des actions communes entre appellations.



AOP Saint Chinian, Maison des Vins de Saint-Chinian
1 Avenue Charles Trenet 34360 Saint Chinian
Tel : 04 67 38 11 69
Email: maisondesvins@saint-chinian.pro
www.saint-chinian.pro www.saint-chinian.com



LES ADRESSES INCONTOURNABLES

LA MAISON DE PETIT PIERRE

Petit Pierre, c'est **Pierre Augé**, le chef maintenant bien connu des médias gagnant de l'émission de M6 **Top Chef** 2014, mais pour nous, il reste le concepteur et patron de ce lieu charmant pas loin des arènes où chaque objet a été choisi et revendiqué, du patio à la cave en passant par la salle intérieure très agréable mais il reste surtout le cuisinier intuitif **L'Ambassadeur de son Terroir** inspiré qui nous régale à chaque fois de nouvelles recettes, nouveaux accommodements, nouvelle façon de traiter le veau ou le maigre, la poire ou le chocolat. Et puis l'ambiance est amicale et chaleureuse, les vins fort bien choisis et le service rigoureux.

La Maison de Petit Pierre 22 Avenue Pierre Verdier 34500 Béziers www.lamaisondepetitpierre.fr

Tel: 04 67 30 91 85 contact@lamaisondepetitpierre.fr



L'Auberge de la Croisade est une adresse incomparable au bord du Canal du Midi dans ce petit village du Sud Languedoc, Cruzy. Confortablement installé sous la tonnelle les convives profitent au son des cigales et du passage lent des péniches des menus dignes des plus grandes tables.

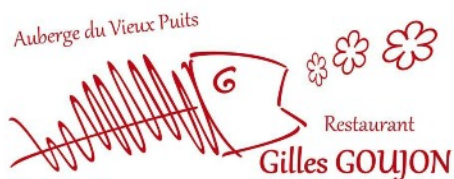
L'auberge gastronomique de **Bruno Plana** et **Laurent Hund** a élu domicile dans cette ancienne maison de cantonnier. En terrasse, sous la véranda ou sous la tonnelle en terrasse, dans une ambiance champêtre et détendue, laissez-vous séduire par la cuisine classique méditerranéenne rénovée de ces chefs formés dans les grands établissements parisiens. Testez la formule **retour du marché**, servi le midi en semaine, vous serez conquis : rouleau de Feuille de Romaine farci d'une Rémoulade de crevettes et vermicelles de riz, menthe, crème aigrette puis, effiloché de confit de canard sur un risotto de petites penne, jus au Porto et l'assiette gourmande de desserts.

Auberge de la Croisade Hameau de la Croisade, Port Sériège 34310 Cruzy



www.auberge-de-la-croisade.com Tel: 04 67 89 36 36





Gilles GOUJON, chef distingué de 3 étoiles au Guide Michelin, transporte ses convives grâce à la force de goûts affirmés. Dans les assiettes, les contrastes sont passionnants. Le raffinement des présentations et l'apparence ludique des plats rencontrent des saveurs franches, riches de caractère et qui démontrent le résultat d'un travail extraordinaire.

Comme les plus grands peintres, Gilles Goujon propose des plats au génie esthétique incomparable, avant de sublimer les papilles ce sont les yeux qui sont régalez. Additionnés de saveurs mémorables dans une ambiance Sud-Languedoc du Narbonnais entre chaleur méditerranéenne et tranquillité d'un doux petit arrière-pays des Corbières.

Fontjoncouse (qui signifie là où il y a une source et des joncs), aura été un grand pari difficile pour cet artiste culinaire, Meilleur Ouvrier de France. Son établissement « L'Auberge du Vieux Puits » en dehors des chemins de la gastronomie, aura été une dure et longue épreuve de son ouverture jusqu'en 1997, date à laquelle le Guide Michelin lui décerne sa première étoile. Une seconde étoile lui est décernée en 2001 puis une troisième en 2010.

Aujourd'hui les tables sont réservées longtemps à l'avance et les circuits de la gastronomie française passe obligatoirement par Fontjoncouse.



L'Auberge du Vieux Puits, www.aubergeduvieuxpuits.fr 5, Avenue St Victor 11360 Fontjoncouse

Tel: +33 4 68 44 07 37 reception@aubergeduvieuxpuits.fr



Nouveau défi en Sud-Languedoc pour Gilles Goujon la reprise du restaurant « L'Octopus » à Béziers qui ouvrira le 19 mai. Pour lui donner un nouveau départ, Gilles Goujon le rebaptise « L'Alter-Native », tout un symbole qui évoque à la fois « l'alter » des altermondialistes « pour leur réflexion sur l'environnement et l'envie de changer, et « l'alter ego », l'autre moi, en qui j'ai confiance », mentionne Gilles Goujon. Mais surtout, Béziers est sa ville de cœur, la ville où il a grandi, étudié et rencontré son épouse. « L'Alter-Native » en deux mots ; l'autre-naissance ou la renaissance. C'est Quentin Pellestor Veyrier qui sera le chef exécutif de l'Alter-Native

« Pour **L'Alter-Native**, nous avons créé une société familiale avec ma femme et mes deux fils Enzo et Axel et chacun détient 25% des parts », explique Gilles Goujon. « Il y a toute une dimension de transmission avec nos enfants. Axel est Pâtissier et Enzo, cuisinier. L'alter-native est une façon de les accompagner aussi dans la création d'une société. La société se nomme « Dame Blanche », en référence à l'opéra-comique de François Adrien Boieldieu ». A l'ouverture, c'est Gilles Goujon qui signera la carte axée sur les poissons et les légumes, dans l'esprit de ce qu'il avait entrepris à Mayence à Strasbourg.. Dès que possible, (à moyen terme) le chef de Auberge du Vieux Puits va développer le potager du restaurant en aquaponie à Béziers

L'Alter-Native 12 Rue Boieldieu, 34500 Béziers Tel: **04 68 44 07 37**



SPECIALITEES DU SUD LANGUEDOC

LA BRASOUCADE DE SETE



La brasucade de moules est une tradition des bords de L'Étang de Thau.

Il en existe de nombreuses recettes. Le principe de la brasucade est de faire cuire les moules sur un feu de ceps de vignes ou un barbecue, dans une grande poêle à paella ou une taule avec des rebord et de les arroser d'une huile d'olive aromatisée.

La brasucade désigne un repas festif organisé en plein air, tournant autour de

la cuisson sur feu de bois de différents plats ou ingrédients en particulier des moules.

Le terme régional de brasucade provient de l'occitan brasucado, se traduisant par « grillade » ou « rôtie ». Il peut désigner aussi bien une méthode de cuisson, que l'évènement organisé autour de cette manière de préparer des aliments.

Plus il y a de participants à une Brasucade meilleures sont les moules 1 fois cuites et arrosées.



Ingrédients et recette

10 Kg de moules ébarbées et nettoyées

Pour la sauce

2 oignons (assez gros) coupés en petit dés

5 gousses d'ail coupées très fin

4 feuilles de Laurier sauce ciselées

1 bouquet de Thym assez gros

4 brins de Romarin ciselés

4 tomates bien mûres coupées en morceaux

2 verres d'huile d'olive

1 verre de vinaigre de vin

4 cl de Pastis

1 bouteille de vin blanc sec (75cl)

Poivre du moulin (pas de sel)

Un peu de piment fort pour ceux qui aiment relevé;

*Préparer la sauce au minimum 24h avant
(48h c'est parfait)*

Mettre les moules sur une plaque chaude()
et mélanger sans arrêt...*

*Quand toutes les moules sont ouvertes,
jeter le maximum d'eau rendue.*

*Arroser avec la sauce et mélanger sans
arrêt jusqu'à cuisson complète.*



record du monde de la Brasucade Même s'il ne semble pas avoir été officialisé, on devait le précédent record du monde de brasucade à une ville du Pays Basque Espagnol avec 1,5 tonnes de moules. Ce "record" ne tient plus. Ce vendredi soir de 2015 sur le port de Sète, l'ostréiculteur sétois Jean-Pierre Belo, aidé de nombreux amis, a fixé la barre à 1 737 kg de coquillages. Le tout agrémenté de 130 litres de sauce et cuisiné dans une poêle spéciale de 24 m2. (Article et photo Midi Libre).

ARTERRIS, L'Entreprise de 25 000 Agriculteurs.



Née en 2008 de la fusion des 3 coopératives régionales

Audecoop, Groupe Coopératif Occitan et Toulousaine des Céréales dans le but de construire l'un des tous premiers groupes

coopératifs agricole et agroalimentaire du sud de la France.

Ambition louable qui 13 ans après ressemble à une « Success Story » à la Sud-Langdocienne qui vaut son pesant de haricots transformés en or. Aujourd'hui devenu un groupe agroalimentaire poids lourd qui fédèrent 25000 agriculteurs de l'Occitanie à la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, Arterris s'organise en 3 pôles principaux, Agricole, Agroalimentaire et Distribution.

En 2008 lors de la naissance du groupe en, 1100 salariés y travaillaient, maintenant c'est 2200 qui officient dans cet immense territoire.



Installé à Castelnaudary la coopérative qui signe son de son slogan « De la Fourche à la Fourchette » agit aussi sur le développement de marques, ainsi dans le giron des coopérateurs se retrouvent les marques La Belle Chaurienne, Mon Bon Bio, Secret d'Éleveurs, Les Bories du Périgord, Tendres Prairies, Pyrénéus, Terra Occitana, De Vous à Nous et tant d'autres qui relient sans intermédiaire producteurs et consommateurs.



Le Bio considéré par les coopérateurs comme une filière exponentielle et qualitative n'est pas oubliée, en effet la nouvelle marque Mon Bon Bio revisite de façon Bio des recettes incontournables de notre gastronomie, concoctées à partir d'ingrédients bio, dont 90 à 99% sont d'origine France. Bien manger, en privilégiant des aliments à la fois bons et bio : pas toujours évident au quotidien, surtout quand on veut faire une pause déjeuner de qualité au bureau ou se préparer un repas en solo, sans passer des heures aux fourneaux. Alors, pour se régaler de petits plats hauts en saveurs, prêts en quelques minutes à peine, il y a désormais Mon Bon Bio.

Les petits plats Mon Bon Bio, ce sont également des portions de 300 g, soit juste ce qu'il faut pour un repas individuel, 100% plaisir. Pour encore plus de praticité, ils se présentent dans des assiettes simples et rapides à réchauffer. En 2 minutes au four à micro-ondes ou en 8 minutes au bain-marie, le tour joué, on peut passer à table !



ARTERRIS, L'Entreprise de 25 000 Agriculteurs.

Les valeurs partagées par l'ensemble des adhérents, administrateurs et collaborateurs sont basées sur l'équité, l'éthique et la solidarité.

Le groupe s'engage aussi à respecter le droit international et les droits de l'Homme, la liberté d'association et le droit de négociation collective, à lutter contre toute forme de discrimination notamment en matière d'emploi, et contre toute forme de corruption et de défendre le modèle agricole français.



ARTERRIS investit de façon permanente dans l'innovation pour garantir la pérennité pour des agriculteurs, satisfaire les attentes des consommateurs, améliorer la rentabilité et répondre aux enjeux environnementaux pour faire face au changement climatique...Le Groupe ARTERRIS a investi depuis 2009 des moyens importants en Recherche et Développement pour innover et proposer à ses adhérents de nouvelles techniques de production qui se fondent sur L'agriculture Productive et Écologique. Cette pratique fournit un cadre scientifique et technologique concret pour répondre aux enjeux d'une demande alimentaire mondiale croissante, dans le respect des écosystèmes et de l'environnement.



La démarche à l'échelle européenne visant à obtenir l'IGP (Indication Géographique Protégée) pour le Haricot de Castelnaudary, vient de porter ses fruits (décembre 2020) et est inscrit au Journal Officiel par l'INAO (l'Institut National de l'Origine et de la qualité), le Syndicat des Producteurs ainsi que l'ensemble des opérateurs de toute la filière savourent cet aboutissement, reflet de notre territoire, de nos pratiques et d'une traçabilité produit au top pour les consommateurs (audits chez les producteurs et contrôles stricts à toutes les étapes)

En 2015 la stratégie du Groupe coopératif Arterris qui repose sur la valorisation des productions agricoles de ses adhérents ainsi que sur le développement économique de son territoire., acteur économique majeur de grande région Occitanie, le groupe s'est doté d'un projet d'entreprise d'envergure « Vision et ambition pour 2025 » Il a l'ambition de se développer dans la distribution alimentaire de produits du terroir, un secteur qui connaît une forte croissance et dans lequel il bénéficie d'une solide expérience à travers ses enseignes Larroque, Les Fermiers Occitans et plus récemment sa nouvelle Franchise « FRAIS D'ICI ». Au-delà, le Groupe poursuit le développement de son réseau et Tout à été mis en œuvre pour que dans 4 ans les ambitions soit au rendez-vous.

ARTERRIS Arterris Loudes 11 451 Castelnaudary Cedex +33(0)4 68 94 44 22 www.arterris.fr

La Belle Chaurienne www.labellechaurienne.com



Mon Bon Bio

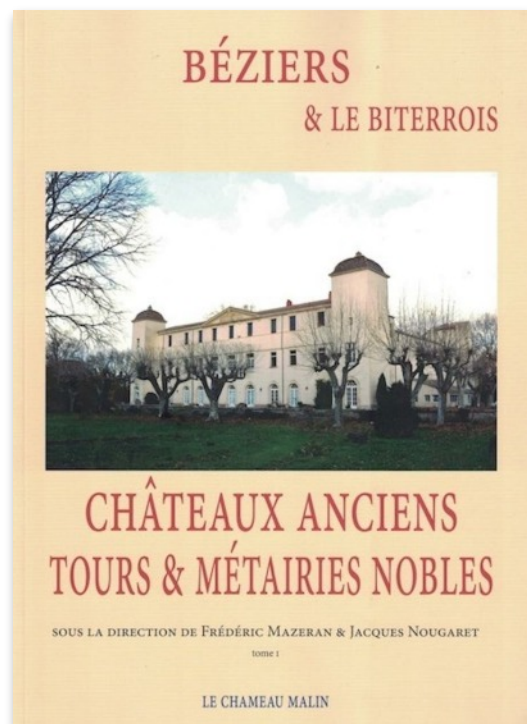


De Vous à Nous www.de-vousanous.fr



Béziers & le biterrois Châteaux Anciens, Tours & Métairies Nobles

, par ses auteurs Frédéric Mazeran et Jacques Nougaret.



Après « l'Eldorado du vin » où Jean-Denis Bergasse racontait l'histoire des châteaux du vin, de la fin du XIX^{ème} siècle en Biterrois et en Narbonnais, il nous a semblé qu'il était grand temps de consacrer un ouvrage sur les très nombreux châteaux antérieurs à cette période, en abordant celles du Moyen Age au XVIII^e siècle. Nous avons décidé de rajouter à ce nouveau corpus, les tours médiévales du Biterrois, ainsi que de nombreux exemples métairies des X^e aux XVII^e siècles, présentes autour de Béziers. Notre zone d'étude, s'est trouvée délimitée dans un premier temps et un premier volume, à une vingtaine de communes, dont Béziers, Boujan-sur-Libron, Sauvian, Sérignan, Villeneuve-les-Béziers, Portiragnes, Vendres, Montady, Maraussan, Cazouls-les-Béziers, Murviel-les-Béziers, Pailhès, Puimisson, Valros et Alignan-du-Vents.

Frédéric Mazeran et Jacques Nougaret ont entraîné avec eux de nombreux érudits pour élaborer cet ouvrage, abondamment illustré et très documenté.

Au travers des recherches effectuées, nous avons pu rencontrer de nombreux propriétaires, très intéressés par le passé des lieux qu'ils habitent, et certains d'entre eux nous ont permis de découvrir des archives inédites présentées dans l'ouvrage.

Un grand spécialiste, historien des fortifications, Nicolas Faucherre, est venu passer une journée avec nous, et a été surpris par la richesse des lieux que nous avons pu lui faire découvrir.

Henri Barthès, historien et médiéviste reconnu, est venu compléter notre approche historique de ce territoire, en abordant la période des vicomtes Trencavel.

L'histoire de tous ces lieux et de ces familles relate ainsi l'importance de la plaine du Biterrois à travers ces châteaux, au sein de vignoble et des paysages remarquables des alentours de Béziers, de la vallée de l'Orb et de celle du Libron. Nous avons choisi de présenter au lecteur des axes de découverte partant de Béziers, en direction de la mer, de l'arrière-pays ou de la plaine du Biterrois. Ces itinéraires sont jalonnés d'édifices remarquables et illustrés par de nombreux clichés.

Cet ouvrage est destiné avant tout à faire découvrir au lecteur les richesses de ce territoire inscrit autrefois dans l'ancien diocèse de Béziers; Face à son succès, suite à sa sortie en septembre dernier, un second tome devrait voir le jour prochainement, permettant d'aborder d'autres communes de la plaine du Biterrois (Maureilhan, Bassan, Servian, Saint-Geniès de Fontedit, Puissalicon, Magalas, Laurens) celles situées dans sa marge ouest, relevant autrefois de l'ancien diocèse de Narbonne mais aujourd'hui intégrées au Biterrois moderne (Nissan-lez-Ensérune, Poilhes, Capestang, Montels, Puisserguier, Creissan), les communes de l'arrière-pays du Biterrois, et celles enfin de la bordure des Avant-Monts.

Ouvrage : *Béziers et le Biterrois- Châteaux anciens, tours et Métairies nobles - Tome 1- 585 pages - (Auteurs, Frédéric Mazeran et Jacques Nougaret)- Editions le Chameau Malin – Béziers –Septembre 2020.*

Nos Terroirs en Faire Valoir du Tourisme?



Question banale me direz vous, mais nous, nous sommes persuadés que le mot Tourisme n'a plus la même valeur qu'à l'époque de la naissance des congés payés. En effet prendre des vacances il y a quelques décennies était synonyme d'aventure dès l'idée de pouvoir le faire, on déplaçait une carte sur la table 3 mois avant la date et là commençaient les vacances pour décider de la destination, de la route à prendre, du budget à prévoir, le seul leitmotiv était partir. Bien souvent on découvrait l'endroit en y allant et rien ou pratiquement rien n'était écrit à l'avance pour ce qui était de l'endroit où dormir, où manger, où quelles activités y faire.

C'était l'époque des syndicats d'initiative associatifs tenus par des bénévoles où bien souvent les villes n'étaient pas organisées pour recevoir autant d'estivants, d'où des embouteillages monstres dans des automobiles surchauffées sous un soleil impitoyable, sans climatisation pour se rendre à la plage et ne pas trouver de place pour s'y garer.

Cette époque est révolue et le tourisme est aujourd'hui une activité économique majeure pour les territoires et l'estivant est devenu un acteur exigeant qui à distance grâce à son smartphone possède des outils numériques pour tout savoir et tout vouloir avant son arrivée et peut tout décider au dernier moment.

Déroutante mécanique pour les offices de tourisme devenu ces 5 dernières années des centres de profits virtuels et factuels, qui par force se professionnalisent à outrance et deviennent des plate-formes de séduction territoriale par l'image et les contenus proposés.

Devant des obligations de plus en plus pointues ne va-t-on pas assister à un regroupement des offices de tourisme par « grand territoire », n'y a-t-il pas non plus l'obligation, pour les responsables politiques, d'une démarche vers une délégation de service public pour une obligation de résultats. Le passage des statuts des offices d'association à EPIC n'en est-il pas les prémisses!

L'avenir touristique des territoires passe à notre avis par la mise en réseau d'actions de communication et événementielles par une intelligence économique de



terrain avec des ressources humaines compétentes. Donc des alliances stratégiques de territoire verront le jour rapidement et seules les structures capables de mettre en exergue la bonne communication avec les bons contenus et des capacités techniques d'hébergements continueront à exister et se développer. La présence des offices de tourisme dans les médias, sur les réseaux sociaux de façon permanente et récurrente est incontournable pour exister.

Les fondations d'une bonne stratégie de territoire pour un office de tourisme dans un contexte environnemental du Sud Languedoc est sa capacité à mettre en avant ses atouts attractifs à commencer par ses terroirs, puis sa capacité à faciliter l'orientation vers les hébergements et sa force de proposition d'animations et d'événements.

L'Office de Tourisme est et sera le premier porte drapeau d'un territoire qui va bien.

Nos Terroirs en Faire Valoir du Tourisme? Suite.

Comment imaginer attirer des touristes de proximité, d'autres régions ou de l'étranger en oubliant les terroirs d'un territoire, imagine t'on Castelnaudary sans parler de Cassoulet, de Sète sans ses tielles, Narbonne, sans ses salins, Carcassonne, sans ses grès de la cité, de Limoux sans sa blanquette Saint Chinian sans ses vins, non. Car derrière tout les terroirs il y a des entreprises qui font vivre les territoires et pérennisent des milliers d'emplois depuis des décennies et dans le principe qu'un office de tourisme mets en place des outils de communication vers le grand public, pourquoi ne pas fédérer pour un territoire tourisme, terroirs et loisirs ou culture dans un même support. Les premiers consommateurs de tourisme sont les premiers consommateurs de terroir, de culture, de restaurants de patrimoines...



La mutualisation des moyens permettrait une plus vaste cible et une audience plus rentable à partir du moment où la surmultiplication des supports médias obligent à être présent partout et tout le temps.

La valorisation patrimoniale qui fait aussi cause commune avec le tourisme est une action supplémentaire d'attractivité qui confirme l'appartenance à un terroir historique

La numérisation à outrance des territoires est à la fois une très bonne chose pour l'information au public, mais fait peser un lourd tribut à ceux qui communiquent mal, qui communiquent peu, on est dans une démarche de séduction permanente où les contenus se doivent d'être attrayants, percutants avec une politique de l'image qui a besoin d'un renouvellement permanent.



Nos Terroirs en Faire Valoir du Tourisme? Suite.

Nous avons interrogés **Muriel MILHAU** directrice de l'Office du Tourisme du Canal du Midi au Saint-Chinian

SLM Le tourisme est depuis ces dix dernières années en pleine mutation. Depuis que vous dirigez cet Office de Tourisme quelles évolutions majeures avez-vous mises en place pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs touristes ?



Muriel MILHAU: Le monde du tourisme a effectivement été ces dernières années impacté par de fortes évolutions :

Technologiques (nouvelles technologies de l'information et de la communication : internet, GAFA : Google, Apple, Facebook, Amazon, ...)

Comportementales : tant au niveau de la demande : nouvelles façons de se déplacer, de partir en vacances (réservations de dernière minute, multiplication des courts séjours ..)

Nouveaux goûts (hébergements insolites ..) que de l'offre (économie collaborative avec la montée en puissance des plate-formes numériques de type Airbnb, développement de nouveaux produits – roulottes, découverte

du patrimoine à la lanterne par exemple. Nous devons aujourd'hui à l'aune de la crise sanitaire et écologique, faire face à d'autres mutations : appétence pour une forme de consommation touristique plus soucieuse d'un moindre impact environnemental, intérêt croissant pour la consommation en circuits courts, présence accrue d'une clientèle de proximité...

Aussi, nos métiers ont changé, aujourd'hui, un office de tourisme c'est avant tout la fiabilité et la qualité des données qui sont ouvertes au plus grand nombre grâce à l'open data mais c'est aussi la transformation digitale des accueils touristiques : on retrouve les données collectées sur les différents sites internet (OT, Pays, ADT 34, CRT ..), sur les bornes numériques dans les villages qui permettent de donner de l'information 24H sur 24, 7 jours sur 7, mais aussi sur nos brochures d'informations touristiques qui sont disponibles en format numérique. Il faut être constamment en veille quant à la demande afin de proposer ou d'insuffler de nouvelles propositions : on ne vend plus une destination de la même manière qu'auparavant, il convient de s'adapter à ces nouveaux comportements. L'approche marketing a été bouleversée.

On parle aujourd'hui de tourisme expérientiel, tourné vers le client, son expérience et l'émotion suscitée Afin de s'adapter aux changements, l'ensemble du personnel a été formé.



SLM : Le contexte pandémique que nous vivons acte l'évolution de la fréquentation touristique vers une population plus proche de leurs lieux de résidence principale. Constatez-vous cette évolution dans votre office ?

Muriel MILHAU : En 2020, nous avons effectivement renforcé notre communication à destination de la clientèle locale et régionale. On constate un véritable engouement pour nos villages. Le calme, les espaces et l'authenticité sont très appréciés.

Nos Terroirs en Faire Valoir du Tourisme? Suite.

SLM : Pensez-vous que la mission des offices de tourisme évolue vers un rôle de coordinateur des acteurs socio-économiques du territoire et devenant ainsi chef de file d'actions et de promotions collectives !

Muriel MILHAU : Clairement en lien bien sûr avec les acteurs concernés : service économie de la communauté de communes Sud-Hérault.

Notre métier c'est de créer du lien, traditionnellement entre touristes et acteurs socioéconomiques au sens large, mais aussi entre professionnels. Nos partenaires ne sont pas uniquement des gestionnaires d'hébergements touristiques, restaurants, producteurs ou prestataires d'activités. Nous travaillons aussi avec le monde de l'immobilier et avec les entreprises de toute taille et secteurs d'activités.

Nous organisons également des ateliers, conférences ou journées afin que chacun puisse échanger et se rencontrer.



SLM : Vous avez mis en place à l'office une vitrine des produits des terroirs que vous représentez, quel accueil les visiteurs réservent-ils à cette démarche ? Pensez-vous que ces terroirs ainsi associés à l'image touristique de votre territoire rentrent dans un processus de plus-value et de fidélisation ?

Muriel MILHAU : Effectivement, nos boutiques dans les points d'accueil de Capestang et Saint Chinian permettent de valoriser nos produits du terroir, nos artistes et artisans locaux. L'exposition sur nos villages d'Annette Morris a eu un vrai succès sur les réseaux sociaux en 2020 ! Malena Ludwig, notre référente boutique a retravaillé tout le cahier des charges de la boutique au prisme du 100% local, « la qualité made in Occitanie ».



SLM : Le Canal du Midi sur votre territoire (avant une replantation) a subi un abattage massif de ses platanes, n'est-ce pas un motif de désaffection touristique qui s'enclenche pour quelques années ?

Muriel MILHAU : Cela n'a pas été du tout le cas, le canal du Midi représente une destination touristique à part entière, qui fait partie de « ce qu'il faut avoir fait dans sa vie ».

L'absence d'arbre ouvre de nouvelles perspectives sur un paysage somptueux. Pour ceux qui peuvent déplorer cet abattage, il faut se représenter qu'il s'agit d'un attachement (fort légitime) qui émane de personnes ayant connu la voûte arborée. Aujourd'hui, l'inconvénient majeur en pleine saison est l'absence d'ombre tant pour la clientèle en bateau que celle en vélo. De ce fait, les personnes arrivent de plus en plus tard, il conviendra à l'avenir de s'adapter là encore en termes d'horaires d'accueil, de restauration et d'animation...

Office du Tourisme du Canal du Midi au Saint Chinian www.tourismecanaldumidi.fr

CAPESTANG 34310 Maison Cantonnière - Quai Elie Amouroux 04.67.37.85.29

SAINT CHINIAN 34360 8, Allée Gaubert 04.67.37.85.29



EVENEMENT

NARBO VIA Ouverture d'un musée dédié à l'histoire romaine à Narbonne



La décision de créer un musée consacré à l'Histoire romaine dans le Narbonnais est prise par la région Languedoc-Roussillon en 2012 sous l'impulsion de Georges Frêche.

La première pierre du bâtiment, signé de l'agence Foster + Partners, a été posée le 10 novembre 2015. L'inauguration était prévue en décembre 2020, il ouvrira le 19 Mai 2021.

Par arrêté du 10 décembre 2020 l'appellation Musée de France est accordée à ce nouveau musée et prendra le nom de NARBO VIA.

Ce musée est implanté à l'entrée Est de Narbonne, à proximité du théâtre du Grand Narbonne, du stade de la ville et en bordure du canal de la Robine. Le musée est dans un espace de jardins d'environ 3 hectares.

Le bâtiment même du musée s'étend sur 97 m de long, 85 m de large et 8 m de haut, soit une surface de 8 000 m² dont 2 700 m² consacrés à l'exposition permanente et 500 m² dédiés à l'exposition temporaire. Une place est laissée aux travaux de recherche et de restauration des œuvres et des collections antiques.

Le budget total du projet est de 49,2 M€, porté par la région Occitanie, avec l'aide de l'Union européenne de 6 M€ et de l'État français de 2 M€. Les collections du musée correspondent à la réunion d'une partie des collections de cinq lieux, dont le musée archéologique, le fonds lapidaire alors conservé à Notre-Dame de Lamourguier et le dépôt archéologique d'État Sainte-Rose.

Les collections comprennent environ 15 000 pièces, dont 1000 pierres funéraires réemployées à l'époque médiévale pour composer les murs d'enceinte de la Ville.

Le mercredi 31 mars 2021, la plantation de vigne symbolique autour du nouveau musée Narbo Via a rassemblé les représentants des institutions et les acteurs de la vigne et du vin du département, autour de Carole Delga, présidente de la région Occitanie Pyrénées-Méditerranée et présidente du conseil d'administration de l'établissement public de coopération culturelle (EPCC) Narbo Via.



Ce musée va retracer l'histoire de la cité romaine sur la Narbonnaise.

Rome gagne, entre 125 et 121 av. JC, le territoire allant des Pyrénées aux Alpes et de Toulouse au lac Léman, puis entreprend la construction de la Via Domitia (la Voie Domitienne) qui relie l'Italie à la péninsule ibérique. Durant le principat d'Auguste, Narbo Martius (Narbonne) prend de l'importance.

En 22 av. JC, Auguste réorganise l'administration de la province de Gaule transalpine qui devient une province sénatoriale. Après avoir fixé la capitale à Narbo Martius, la province prend le nom de "Gaule narbonnaise" sur laquelle va se développer l'activité viticole.

Le nouveau musée Narbo Via, à Narbonne, met en valeur cet héritage issu de l'antiquité romaine. Il vise à restituer le passé glorieux de la grande cité antique dont il ne reste aucun monument. Elle a été la première colonie romaine en terre gauloise, capitale de la province de Gaule Narbonnaise, port de commerce actif ouvert sur tout le monde méditerranéen.

EVENEMENT

NARBO VIA Ouverture d'un musée dédié à l'histoire romaine à Narbonne



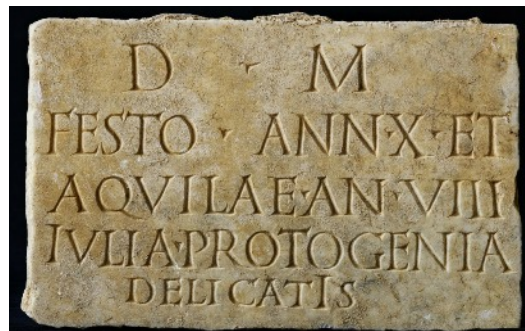
Le nouveau musée Narbo Via, à Narbonne, met en valeur cet héritage issu de l'antiquité romaine. Il vise à restituer le passé glorieux de la grande cité antique dont il ne reste aucun monument. Elle a été la première colonie romaine en terre gauloise, capitale de la province de Gaule Narbonnaise, port de commerce actif ouvert sur tout le monde méditerranéen. L'établissement public de coopération culturelle Narbo Via rassemble trois lieux :

– Le nouveau musée Narbo Via. Les galeries souterraines de l'Horreum construites au I^{er} siècle avant notre ère et situées à 5 mètres au-dessous du sol moderne. Elles devaient constituer les fondations d'un bâtiment, sans doute de type marché, dont la recherche n'a pas encore découvert tous les secrets (Horreum signifiant "entrepôt" en latin).

– Le site-musée archéologique d'Amphoralis. Situé à Sallèles-d'Aude, à une douzaine de kilomètres au nord de la capitale antique de Narbo Martius, c'est un ancien atelier de production d'amphores gauloises, mis à jour dès 1976. Son musée surplombe les fouilles archéologiques d'une fabrique antique de poteries (I^{er}-III^e siècle). Il permet de découvrir la vie quotidienne et l'activité de ces potiers qui produisaient en masse des amphores vinaïres.

– Narbo Via compte aussi une section recherche : le projet collectif de recherche (PCR) sur les ports antiques de Narbonne. Ce PCR porté par le CNRS (Corinne Sanchez), en lien avec le DRASSM et l'Université Paul-Valéry de Montpellier, a été lancé en 2010 avec pour objectif de retrouver et d'explorer le système portuaire antique de Narbonne.

Le nouveau musée Narbo Via, à Narbonne, met en valeur cet héritage issu de l'antiquité romaine. Il vise à restituer le passé glorieux de la grande cité antique dont il ne reste aucun monument. Elle a été la première colonie romaine en terre gauloise, capitale de la province de Gaule Narbonnaise, port de commerce actif ouvert sur tout le monde méditerranéen.



Sa première exposition Veni Vidi Bâti propose une réflexion sur la persistance du prestigieux héritage architectural de la Rome antique. L'exposition met ainsi en lumière les grands principes de l'architecture romaine (organisation urbaine et sociale, lumière, circulation de l'air et de l'eau, structures et matériaux) avec leurs réutilisations et réinterprétations contemporaines pour aboutir au bâtiment du musée Narbo Via, carrefour entre ces deux périodes. Plus d'une centaine d'œuvres, provenant d'institutions françaises, italiennes et anglaises, sont présentées.



EPCC Narbo Via 50, avenue de Gruissan 11100 Narbonne

www.narbovia.fr Téléphone 04 68 90 28 80

Email: narbovia@narbovia.fr



Ouverture:

11h-18h octobre/avril

10h-19h mai/septembre

Marie Christine YVANES MATRAY

SLM : Quel chemin vous à mener à vivre dans le Sud Languedoc en Hérault !



Marie Christine YVANES MATRAY : Venue de la région lyonnaise, c'est grâce à un voyage avec une amie en 2003 que j'ai découvert l'Hérault pour la première fois. J'ai de suite été conquise par la diversité géographique et surtout le riche patrimoine du Languedoc à l'histoire atypique.. Quelques années plus tard, c'est tout naturellement que je m'y suis installée.

SLM : Votre activité artistique est multiple: écrivaine, historienne, peintre... pouvez-vous nous décrire votre parcours !

Marie Christine YVANES MATRAY : Tout à commencé par des cours avec un professeur des Beaux-Arts à Lyon, une femme qui m'a beaucoup apporté. Puis j'ai suivi des modules en Histoire et en Histoire de l'art à l'Université Lumière Lyon 2 : Vermeer, les Medicis, les grands décors peints du XVIIe... mais le plus passionnant et celui qui m'a orientée plus tard vers des recherches spécifiques, était sans conteste : le Moyen-âge !

Adhérente dans plusieurs associations héraultaises locales, en particulier "Histoire et cultures en Languedoc", la "Société archéologique des Hauts-cantons" ou "Les amis de Pézenas", j'ai ainsi assisté à de nombreuses conférences données par des intervenants hautement qualifiés de la DRAC ou du CIRDOC, en archéologie et histoire locale. J'ai aussi la chance d'avoir dans mon village l'association "Les Arts Vailhan" qui s'attache à renouer avec l'unité culturelle dans le cadre de la C.C. des Avant-monts.

SLM : Qu'est qui vous motive pour avancer sur un sujet et en définir une interprétation personnelle ?

Marie Christine YVANES MATRAY : C'est le coup de coeur et la curiosité qui me motivent, c'est de l'énergie créatrice à l'état pur !

- Tiens mais pourquoi y-a-il un voutour en heurtor sur cette porte ?
- Quelle peut-être l'histoire de ces ruines médiévales polychromes ?
- Qui est Pomarèdes, ce brigand qui a semé la terreur pendant 5 ans dans l'Hérault ?
- Une légende à Vailhan, un seigneur parti à Jérusalem ?

ainsi, j'ai pu écrire :

- Le symbolisme des heurtors populaires languedociens
- Un castrum de l'an mil (la forteresse de Maders à Fontès)
- Les effroyables plaintes du XIXe s. ou l'affaire Pomarèdes (complaintes inédites) -
- La légende des sept vaillants (légende occitane du village de Vailhan)

Aujourd'hui, ces trois centres d'intérêts sont harmonieusement réunis. J'aime peindre, j'aime l'histoire mais aussi transmettre d'où ces quatre études (livres) depuis 2013 sur le patrimoine du Languedoc.



Marie Christine YVANES MATRAY

Marie Christine YVANES MATRAY : Grâce à la peinture, j'imagine et montre mon admiration pour le raffinement des cours occitanes au XIIe siècle. Le Languedoc a eu de riches apports culturels dans son histoire mais il a souffert aussi, je le ressens en arpentant les marches de Queribus...



J'aime passer des heures aux Archives départementales de Pierresvives, visionner des microfilms pour tenter de retrouver l'histoire des habitants du Château de Lauzières à Octon, ou dépouiller l'énorme dossier du procès d'Assises de Pomarèdes.

Il y a, c'est certain, une continuité et c'est normal mais certaines fois c'est la peinture qui domine et d'autres c'est l'écriture qui prend le relais et ce dans le meilleur des mondes !

SLM : A votre avis, quelles sont les oeuvres majeures de votre parcours.

Marie Christine YVANES MATRAY : Il y a eu des virages significatifs. En peinture, j'avoue que venir dans l'Hérault a éclairci ma palette en couleurs vives et lumineuses en particulier dans "la danse médiévale" (huile 73x92cm) qui fait partie d'une série de Médiévalités exposées à St Guilhem-le-désert en septembre dernier.



Danse du Fou, huile 62x92



Harmonie 2 73 x 92

Marie Christine YVANES MATRAY

Marie Christine YVANES MATRAY : Pour la technique, j'aime déstructurer d'où "les sept péchés capitaux" (huile 65x92cm) sur la base du naufrage du radeau de la Méduse, un concept à la façon d'une "vanité" du XVII^e quant au temps qui passe exposée à Paris en 2016.



"La fin de Babel" est aussi une de mes peintures préférée à message subliminal.

En écriture, pour moi, c'est l'étude poétique et sociologique des complaintes de Pomarèdes qui surprend le plus mais "les heurtoirs languedociens" révèlent les symboles lointains de notre culture.

J'ajouterai que ma recherche actuelle et future s'oriente vers une forme d'abstraction privilégiant les harmonies.

MSL : Où peut on vous voir exposer !

Marie Christine YVANES MATRAY : Exposer actuellement est essentiellement virtuel, sur le site "Art majeur" ou "peintures marie-christine Matray" sur FB.

Je serai à l'exposition annuelle "Grands axes" de Carcassonne du 23 août au 4 septembre 2021 si les mesures sanitaires le permettent.

Contact : **Marie Christine YVANES MATRAY** Tel 04 67 30 82 89 Email: mcmatray@aol.com



RDV EN JUILLET 2021

PRENEZ SOIN DE VOUS

Le CANAL DU MIDI en convalescence



Un champignon microscopique, le *Ceratocystis fimbriata platani*, qui est spécifique du platane est arrivé en France en 1944 via des caisses de munition en bois de platane infecté lors du débarquement américain en Provence. Il pénètre au cœur de l'arbre, bloque ses canaux de sève et le tue en quelques mois à quelques années. Le premier foyer d'infestation est apparu en 2006. En 2010, la quasi-totalité des berges étaient touchées d'Agde à Naurouze (commune de Montferrand). La Haute-Garonne est elle aussi touchée depuis 2014. En réaction

à cette maladie, une seule solution : abattre les arbres et les brûler sur place. Le canal est en deuil de ses arbres.



Replanter aujourd'hui pour les générations futures?

En 2012, le Ministère de l'Ecologie valide un cahier de référence pour une approche patrimoniale et paysagère des plantations du canal du Midi, Jonction et Robine porté par V.N.F. : il faut replanter rapidement. L'objectif est de diversifier les essences pour éviter de nouveaux risques, tout en gardant l'unité paysagère du canal. Ce cahier de référence est actualisé en 2015.

La solution retenue consiste en une alternance entre des sections plantées d'une unique essence dite « jalon » (le chêne chevelu) sur 50 % du linéaire et des sections plantées d'essences différentes (orme résistant, peuplier blanc, pin parasol, mûrier blanc, micocoulier...) sur les 50 % restant.

Le CANAL DU MIDI en convalescence

En 2012, le Ministère de l'Ecologie valide un cahier de référence pour une approche patrimoniale et paysagère des plantations du canal du Midi, Jonction et Robine porté par V.N.F. : il faut replanter rapidement.

L'objectif est de diversifier les essences pour éviter de nouveaux risques, tout en gardant l'unité paysagère du canal. Ce cahier de référence est actualisé en 2015.



La solution retenue consiste en une alternance entre des sections plantées d'une unique essence dite « jalon » (le chêne chevelu) sur 50 % du linéaire et des sections plantées d'essences différentes (orme résistant, peuplier blanc, pin parasol, mûrier blanc, micocoulier...) sur les 50 % restant.

Il faudra entre 30 et 50 ans pour retrouver l'effet de voûte arborée, si caractéristique du canal du midi. Un engagement pris pour les générations futures.

Au cours de l'hiver 2020/2021, 1 500 nouveaux

plants ont été plantés. S'ajoutant aux 12 200 déjà plantés à la fin de l'hiver dernier, on atteint donc à 13 700 nouveaux plants au bord du canal, ce qui permet de dépasser le taux « symbolique » de 50% de replantation. Maladie du chancre coloré qui décime les platanes le long du canal du Midi ; 28 000 platanes d'ores et déjà abattus.

Replantation entre 2 000 et 2 500 arbres par an ; 13 700 arbres auront été replantés à la fin de cette hiver en 10 ans (replantations depuis 2011)

Coup de pouce en 2021 grâce au PLAN DE RELANCE : on double le budget relatif au projet de restauration de la voûte arborée en 2021, passant de 9 millions à 18 millions sur 2 ans

Notre Canal du Midi, Canal Royal, Canal du Languedoc ou Canal des deux Mers est et doit demeurer l'emblème historique et le chef d'œuvre d'une révolution industrielle du Sud-Languedoc, réalisé avec un souci de l'esthétique architecturale qui à étonné, étonne encore et étonnera pour des siècles encore du génie français.

Voies Navigables de France Sud-Ouest 2, port Saint-Etienne BP 7204
31073 Toulouse Cedex 7

www.sudouest.vnf.fr Tel: 05 61 36 24 24



20^{ÈME} ÉDITION

FESTIVAL JAZZ

EN PIC ST LOUP

DU 09 AU 12
JUIN
2021
 AU TRIADOU

ARTWORK / SUNRA

**RICHARD GALLIANO, PAOLO FRESU,
 JAN LUNDGREN
 VINCENT PEIRANI ET EMILE PARISIEN
 JIMMY FELVIA, SONY TROUPE, GASY JAZZ PROJECT...**

RENSEIGNEMENTS ET PRÉVENTES
 04 66 80 30 27
WWW.JAZZAJUNAS.FR

OUVERTURE DES PORTES À 20H30
 BUVETTE ET RESTAURATION SUR PLACE

TARIF UNIQUE : 28 € PAR SOIRÉE
 PASS 2 JOURS : 40 €
 GRATUIT MOINS DE 16 ANS
 HORS FRAIS DE LOCATION



FESTIVAL de
 31^e **THAU**
 19 > 29 Juillet
 2021



festivaldethau.com

MÈZE

BOUZIGUES
 MONTBAZIN
 FRONTIGNAN
 VILLEVEYRAC
 ABBAYE DE VALMAGNE