

Actes de restitution

Comité de bien 2025 du canal du Midi

Domaine de Bayssan
Béziers

21 mai 2025





CANAL
DU
midi



Canal du Midi

PARTIE 1



Une plénière pour
**Partager, explorer, croiser nos regards
et nos expériences**

PARTIE 2



Un atelier participatif pour
**Engager une dynamique collective afin
d'amélioration l'expérience visiteur du
canal du Midi**

PARTIE 1

108 PARTICIPANTS



01 PROPOS INTRODUCTIFS



02 RAYONNEMENT DU CANAL DU MIDI



03 REVUE D'ACTUALITES



04 TABLE RONDE « LA PROMESSE DE
LA MARQUE »



01

Propos introductifs

- Mots d'accueil de Jean-Louis GELY, vice-président délégué au tourisme et à l'économie du conseil départemental de l'Hérault
- Introduction de Cécile AVEZARD, directrice générale de Voies navigables de France
- Introduction de Claudie FAUCON-MÉJEAN, vice-Présidente à la Culture pour tous, Patrimoine et Langues régionales du Conseil Régional d'Occitanie, conseillère régionale déléguée pour le canal du Midi et maire de Bram
- Introduction de Pierre-André Durand, préfet de la région Occitanie, préfet de la Haute-Garonne

Propos introductifs



Claudie FAUCON-MÉJEAN, vice-Présidente du Conseil Régional d'Occitanie, conseillère régionale déléguée pour le canal du Midi

Depuis 2016, date de création de la région Occitanie, la gouvernance du Canal du Midi a été structurée avec la création d'instances dédiées, la protection des paysages classés, l'élaboration d'un Plan de gestion et la mise en œuvre de nombreux chantiers (véloroute, stations de dépotage, voûte arborée, restauration d'ouvrages). La période 2021-2024 a renforcé l'attractivité avec la Marque Canal du Midi et un important travail de médiation.

Une nouvelle phase s'ouvre, axée sur la valorisation économique, en particulier en faveur de l'économie touristique en lien avec les acteurs professionnels et les collectivités concernées.

Cécile AVEZARD, directrice générale de Voies navigables de France

Le canal du Midi est un patrimoine exceptionnel avec des défis majeurs à relever pour répondre aux usages variés (navigation, transport d'eau, développement économique, conservation du patrimoine...).

VNF porte un projet de transformation globale avec un renforcement de sa posture servicielle vers les territoires.

Les moyens financiers sont insuffisants face aux besoins : 165 M€/an pour 6700 km de réseau navigable en France.

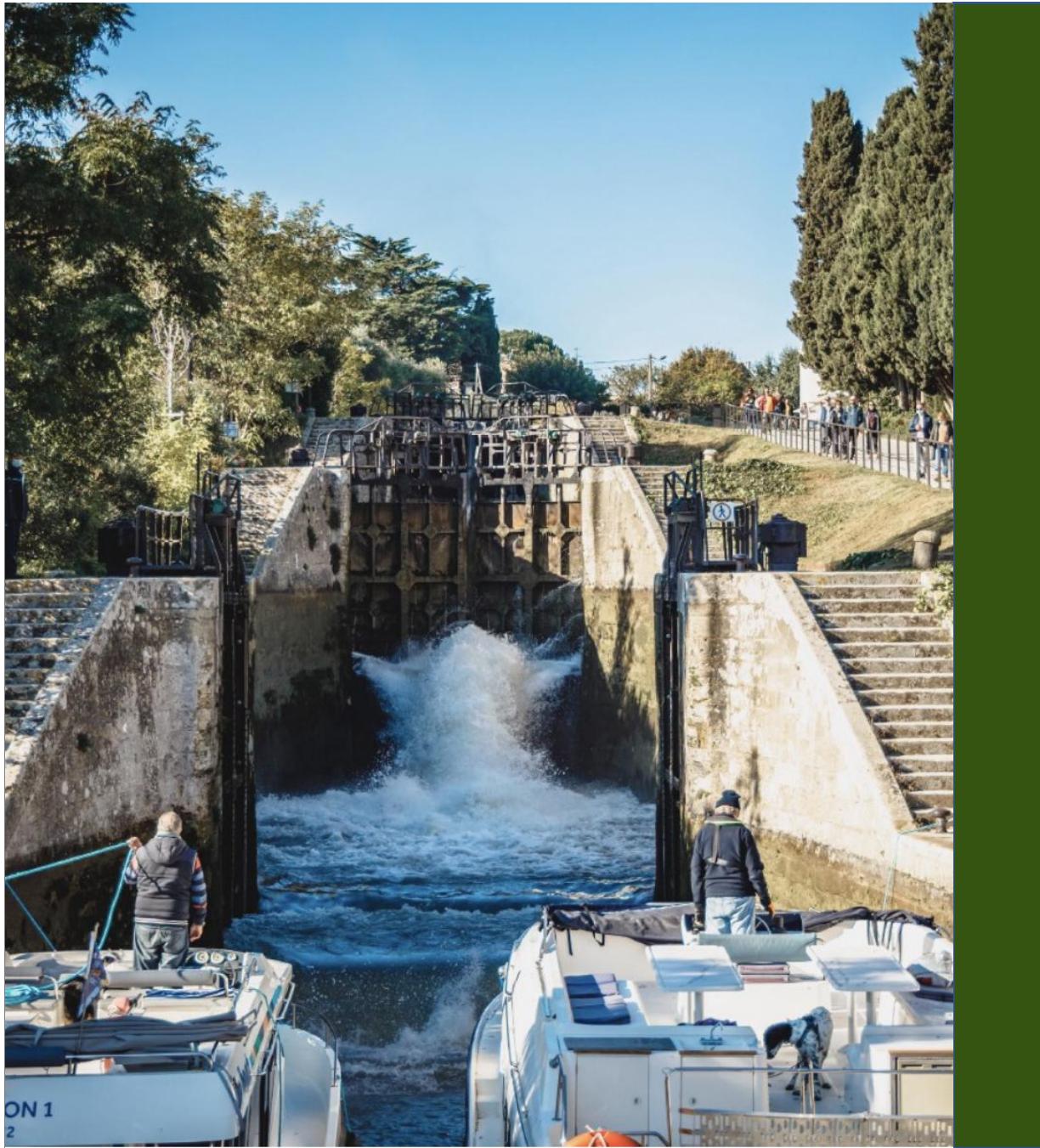
La gouvernance du canal du Midi est exemplaire. Il est nécessaire de consolider notre coopération dans le contexte budgétaire actuel.

Pierre-André DURAND, préfet de la région Occitanie

Le canal du Midi est un levier de rayonnement et d'attractivité pour l'Occitanie. Sa reconnaissance nationale et internationale nous impose des responsabilités pour le protéger.

La dynamique collective est importante, sous l'égide de l'Entente, pour une action cohérente, ambitieuse et territorialisée, dans un contexte budgétaire toutefois exigeant.

La préparation du 30e anniversaire de l'inscription au patrimoine mondiale de l'UNESCO (2026) est une opportunité pour une mobilisation de tous, en faveur de ce bien commun.



Rayonnement du canal du Midi

Présentation des actions du plan de rayonnement du canal du Midi, portées sous l'égide la marque

- **Evelyne SANCHIS, cheffe du Service Patrimoine et Culture chez VNF Sud-Ouest**

Projection sur l'année anniversaire – 2026, les 30 ans du classement : les principes d'organisation

- **Laurent CYROT, Directeur de projet canal du Midi auprès du préfet de la région Occitanie**

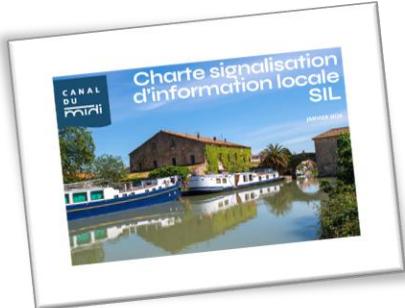
Témoignage sur l'importance du bien canal du Midi pour les territoires, et pour le Tarn en particulier. Valorisation de l'engagement du Tarn dans l'Entente

- **Claudie BONNET, conseillère départementale du Tarn**

Rayonnement du canal du Midi

Actions du plan de rayonnement du canal du Midi portées sous l'égide la marque

- **La marque** : rappel de sa mission et de sa promesse
- **Charte signalétique** vélo, VTT, rando et d'information locale
- **Les événements** : les Escales du canal (1er week-end de juillet depuis 2022), autres événements dédiés au canal du Midi ponctuels ou réguliers
- **Le site canal-du-midi.com** : site complet (patrimoine, tourisme, pratique...), traduit en anglais et en espagnol, très bonne fréquentation
- **Les expositions** : des expositions qui tournent dans les territoires, projet d'une nouvelle exposition « canal du Midi, patrimoine mondial », projet de boîte à outils « connaissance canal du Midi »
- **Les supports de communication / documentation** : la plaquette canal du Midi en 3 langues
- **Les actions du contrat de destination** : campagnes promotionnelles vers Espagne, UK et Scandinavie



Rayonnement du canal du Midi

Le schéma d'interprétation

Un document à usage des acteurs institutionnels pour un discours commun et partagé, et une cohérence de la valorisation patrimoniale et touristique.

Validé en comité stratégique le 20 mars 2024 autour du concept global : « Le canal du Midi, un ouvrage unique, universel et en perpétuelle évolution » et 8 thématiques d'interprétation

Le long du linéaire du canal du Midi, plus de 300 sites potentiels d'interprétation répertoriés et hiérarchisés. Un plan d'action établi. De nombreux projets initiés par les collectivités sur les sites majeurs (piliers et d'interprétation globale).

Accompagnement par l'Entente du déploiement du schéma d'interprétation avec des actions transversales (coordination, mise en réseau de la médiation humaine, marqueurs canal du Midi, valorisation sur une partie des sites spécifiques).

Conception de 21 sites d'interprétation spécifique et de 2 sites d'interprétation paysagère avec l'appui de l'Agence Le Passe-Muraille.

→ 2025 : échanges avec les services d'Etat, visites sur sites avec élus, validation des esquisses, conception provisoire fin 2025 ;

→ 2026 : dossiers de demande d'autorisation et démarrage des travaux fin 2026.

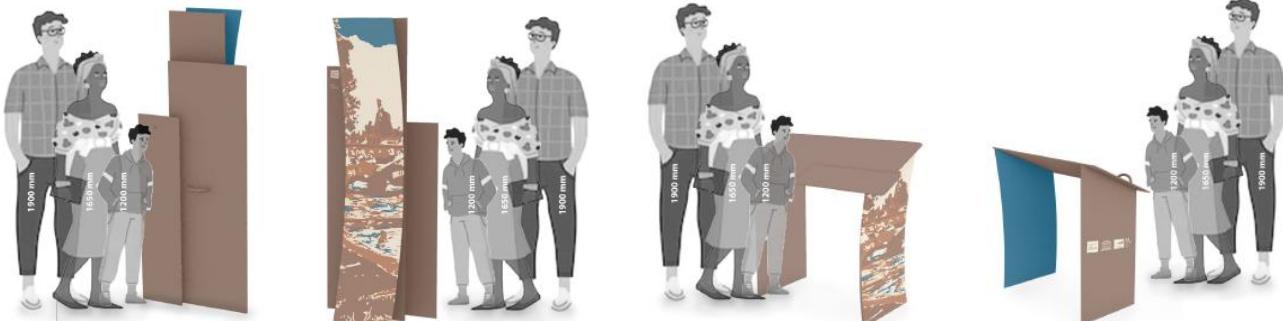
Sites piliers et d'interprétation globale



Rayonnement du canal du Midi

Déploiement du schéma d'interprétation du canal du Midi

Le concept créatif : « *Le canal du Midi, un trait d'union à travers le temps et l'espace* »



Projet de modules d'interprétation



Projets de marqueurs canal du Midi

Rayonnement du canal du Midi

Projection sur l'année anniversaire

2026 : l'anniversaire des 30 ans de l'inscription du canal du Midi sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO (1996-2026).

L'occasion de :

- Parler de l'Unesco, du Patrimoine mondial ;
- Mobiliser, fédérer et donner de la visibilité aux actions portées par les acteurs du territoire ;
- Créer un sentiment d'appartenance, de fierté des habitants.



Un appel à mobilisation a été lancé en avril 2025 pour construire une programmation culturelle, artistique, sportive, scientifique, historique, ludique, qui sera soutenue par une communication commune impulsée par l'Entente

Collectivités, associations, entreprises, écoles... sont invitées à proposer leurs projets via le formulaire en ligne sur le site canal-du-midi.com.

Ensemble, construisons une programmation ambitieuse et partagée !

Rayonnement du canal du Midi

Le témoignage du département du Tarn

- **Une vision d'ensemble indispensable**

L'entente a permis de dépasser les visions partielles de chaque territoire pour construire une approche globale du patrimoine UNESCO, évitant ainsi une remise en question potentielle de l'inscription. Cette vision commune est fragile mais essentielle.

- **Un engagement départemental du Tarn concret**

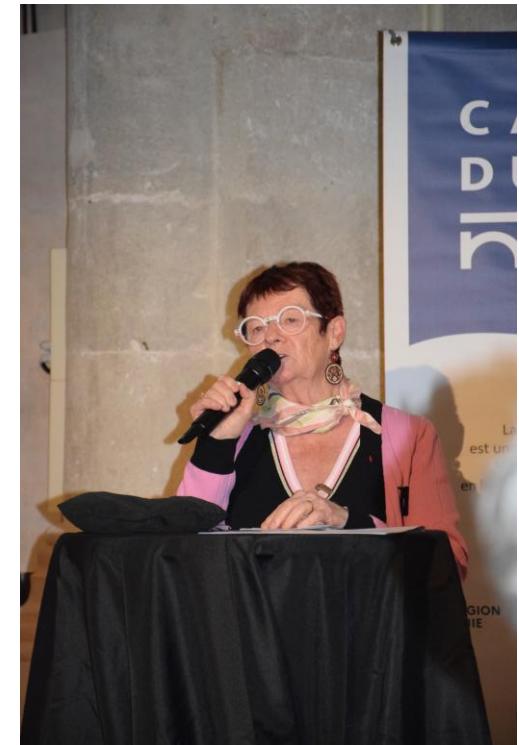
Le Tarn, bien que concerné par seulement 3 communes (Arfons, Revel, Sorèze), s'investit pleinement avec des actions comme l'exposition "Eau et paysage des Rigoles de la Montagne Noire à la Plaine" qui témoigne de cette vision partagée.

- **L'importance de dépasser les contraintes financières**

Face aux difficultés budgétaires communes à tous les acteurs, l'ambition doit primer sur les contraintes en privilégiant des actions de communication, de reconnaissance et de rassemblement autour d'éléments communs.

- **Les 30 ans du classement : une opportunité d'appropriation populaire du bien**

Le défi majeur pour les 30 ans du classement au patrimoine mondial de l'UNESCO (2026) est de faire partager cette fierté patrimoniale à la population locale, de dépasser les querelles d'usage pour rendre aux habitants la fierté de vivre près de cet ouvrage remarquable, condition sine qua non d'une reconnaissance durable.





03

Revue d'actualités

- **Jean-Louis GELY**, Vice-président délégué au tourisme et à l'économie du conseil départemental de l'Hérault
- **Tamara RIVEL**, 2ème Vice-Présidente en charge des routes et des mobilités au Conseil départemental de l'Aude
- **Emilienne POUMIROL**, Sénatrice et Conseillère départementale de la Haute-Garonne
- **Dominique FAURE**, Présidente de l'association des communes du Canal des 2 Mers et Maire de St Orens
- **Domitien DETRIE**, Directeur Territorial de Voies navigables de France

03

En images



Revue d'actualités

Le canal du Midi dans l'Hérault

Les données clés

- 68 km de parcours de la limite de l'Aude à Marseillan (Les Onglous)
- 14 villes/villages traversés
- 6 EPCI partenaires dont 3 agglomérations

Les enjeux pour le Département

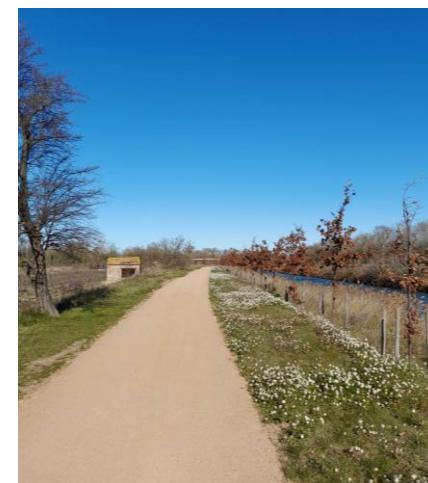
- Développement du tourisme et des sports de nature
- Protection des Espaces Naturels Sensibles et de la biodiversité
- Gestion de la ressource en eau

Les actions menées depuis 2021

- Aménagement de la voie verte (Capestang-Sète)
- Promotion de l'itinérance douce (vélo, bateau)
- Soutien au label Accueil Vélo
- Financement de la restauration de la voûte arborée, des stations d'eaux usées

Le projet de voie verte : levier touristique stratégique

- Partie des itinéraires V80 & EV8
- Fréquentation forte → 200k€/an/km en retombées économiques
- Travaux 2021–2023, projet final en 2025



Revue d'actualités

Les travaux d'amélioration de la voie verte dans l'Aude

Les données clés

- Aménagement de mise en cyclabilité du linéaire audiois pour un montant total d'investissement de 9 millions d'euros assorti d'un budget d'entretien annuel.

Les enjeux pour le Département

- Continuité territoriale : assurer la liaison cyclable avec les départements voisins.
- Accessibilité et développement économique : répondre aux demandes citoyennes d'usage du vélo et maintenir/développer l'activité touristique liée au cyclisme.
- Valorisation patrimoniale : valoriser le bien tout en préservant son intégrité.



Les actions menées

- Aménagement de la véloroute (partie Est) : aménagement de type définitif sur 25 kms avec revêtement, signalétique, replantation à la suite du chancre et restauration des berges et calades au niveau des ponts.
- Aménagement de la véloroute (partie Ouest) : mise en cyclabilité du linéaire sur 95 kms (travaux sur 45 kms dégradés) aménagement de type provisoire en attente de l'évolution du chancre coloré
- Mobilisation du schéma départemental des mobilités et du 3eme budget citoyen pour accompagner les projets vélo des acteurs des territoires et collectivités

Les projets

- Mise en cyclabilité de la traversée de Carcassonne (2 kms) en partenariat avec la mairie de Carcassonne
- Achèvement de la continuité cyclable totale du linéaire audiois

Revue d'actualités

Témoignage de l'engagement du Département de la Haute-Garonne

Les enjeux pour le Département

- Maintenir une dynamique collective à travers la gouvernance partagée du canal.
- Restaurer et valoriser les ouvrages historiques liés au canal
- Renforcer l'attractivité du canal comme site touristique et éducatif
- Sensibiliser les habitants, en particulier les jeunes, à la valeur patrimoniale et culturelle du canal

Les actions menées depuis 2016

- Soutien à la restauration de berges, de plantations et d'ouvrages
- Développement et entretien d'une piste cyclable de haute qualité (depuis 2012)
- Rénovation totale de l'aire d'accueil de Port Lauragais (2022) avec un espace de médiation culturelle
- Mise en œuvre d'une première phase d'interprétation du canal

Les projets

- Site de Bonrepos-Riquet : projet de valorisation des bassins d'essai du domaine, site pilier d'interprétation du canal (lieu des essais initiaux de Pierre-Paul Riquet)
- Développement d'actions éducatives pour renforcer l'ancre territorial du canal chez les nouvelles générations



Revue d'actualités

La nouvelle dynamique partenariale de l'association des communes du canal des deux mers

Les données clés de l'association

- Fondée en 1994, avant l'inscription du canal du Midi à l'UNESCO
- 145 communes membres, de Castel-Sarrazin à Sète, de toutes tailles (moins de 500 habitants jusqu'à Toulouse)
- Reprise de la présidence de l'association par Dominique Faure en février 2025



Objectifs de l'association

- Fédérer les communes riveraines, soutenir les plus petites dans leurs projets
- Mutualiser les problématiques pour parler d'une seule voix auprès de partenaires
- Être un relais efficace et crédible pour les communes

Les enjeux de l'association

- Renforcer l'unité des acteurs pour plus d'efficacité malgré des moyens limités
- Améliorer la qualité de vie et l'appropriation du bien par les habitants et les touristes
- Mobiliser les intercommunalités sur les enjeux économiques liés au canal

Les actions et les perspectives de l'association

- Restructuration de l'association en cours
- Appui aux communes sur les sujets techniques et culturels
- Souhait d'intégrer l'Entente pour le canal du Midi en 2026 pour renforcer la coopération interterritoriale

Revue d'actualités

Intervention de Domitien Détrie, directeur territorial de Voies navigables de France

VNF : un opérateur au service des territoires

Volonté de renforcer la dimension servicielle de VNF vers les territoires à tous les niveaux :

- Socioprofessionnels pour répondre au mieux à leurs attentes avec les moyens de VNF
- Communes pour l'entretien, les petits aménagements, les appels à projets...
- Intercommunalités pour le développement économique, touristique et portuaire...
- Départements pour les mobilités douces, la culture, la jeunesse, le patrimoine...
- Région pour la promotion touristique et la gestion de l'eau...

Traduction dans la méthode : nombreux échanges avec les acteurs, efforts sur l'organisation pour mieux répondre aux besoins.

Implication très forte pour porter des projets coconstruits avec les territoires pour le compte de l'Entente pour le canal du Midi.

Perspectives et vision élargie

Un chantier important : trouver des leviers sur le bâti pour préserver ce patrimoine et permettre de l'activité économique au profit des territoires (450 bâtis à entretenir, avec un budget de 500000 €/an) : appels à projets, nécessité de faire évoluer le cadre juridique du canal du Midi...

Une feuille de route à coconstruire pour créer plus de valeur sur le canal du Midi

Un récit cohérent autour du canal des Deux Mers (canal du Midi + canal latéral à la Garonne) et un positionnement international fort à bâtir, en s'appuyant sur la notoriété du canal du Midi pour dynamiser le canal latéral, aujourd'hui dix fois moins fréquenté.



QUESTIONS/RÉPONSES



Les questions/réponses sont disponibles à la lecture en annexe du présent document



Table-ronde : la promesse de la marque

- **Pierre-Louis PHELIPOT**, Dirigeant de Le Boat
- **Mathias GILLES**, exploitant de deux Péniches-hôtels sur le canal du Midi
- **Sophie CANCIAN**, propriétaire et exploitante de la Chambre d'hôtes « Le Grand bassin » à Castelnau-d'Oléron
- **Valentine SEGRESTAN**, Directrice du pôle Tourisme de l'agence de voyage « Rêve de Vélo »
- **Serge HOIBIAN**, Directeur de l'Office du Tourisme « Côte du Midi » (basé à Narbonne)
- **Ségolène VANPOUILLE RICART**, Responsable Tourisme et Loisirs chez Voies navigables de France

En images



Le canal, une expérience unique, à renforcer.

Les messages clés des acteurs :

Mathias Gilles – Péniche-hôtel sur le canal du Midi

- Mettre en valeur l'humain, les producteurs locaux et le patrimoine flottant.
- Besoin de valorisation des acteurs privés discrets, qui continuent de perpétuer l'histoire et l'essence du canal.

« On ne vend plus une croisière, on vend une expérience sensorielle, une bulle hors du temps fondée sur l'émotion et la rencontre humaine. »

Pierre-Louis Phelipot – Le Boat

- 80 % de clientèle étrangère, en attente d'authenticité et de qualité en matière d'offres et de services associés.

*« Nos clients veulent tout ce qu'il y a autour de la croisière.
On devient presque un concierge de territoire. »*

Valentine Segrestan – Rêve de Vélo

- Manque de structures d'hébergement 4/5 étoiles entre Carcassonne et Béziers.
- Problèmes d'entretien et de sécurité des parcours vélo pour les familles.

*« Les Américains veulent des hébergements haut de gamme,
les Français veulent des itinéraires sûrs pour les familles. »*

Offrir une expérience unique : les attentes et priorités des acteurs.

Les messages clés des acteurs :

Serge Hoibian – Office du Tourisme Côte du Midi

- Manque d'activités et de services tout au long du linéaire.
- Nécessité de faciliter l'installation des privés via du foncier et le bâti disponible.

**« Il faut donner des raisons de s'arrêter : culture, gastronomie, rencontres, artisanat.
Le canal seul ne suffit plus. »**

Sophie Cancian – Chambre d'hôtes à Castelnau-dary

- Attente d'une volonté institutionnelle de fédérer les acteurs, notamment ceux implantés dans le bâti VNF.
- Réassurance nécessaire sur l'état du canal et de ses infrastructures.

**« Il faut une vraie reconnaissance du fluvial. Il faut qu'on puisse se regrouper,
être écoutés, et améliorer l'expérience client ensemble. »**

Ségolène Vanpouille-Ricart – Voies navigables de France

- Développement de la décarbonation de la flotte et de stations d'eaux usées.
- Importance d'un tourisme fluvial durable et porteur d'une promesse claire.

**« Notre priorité est de rester à l'écoute des besoins des opérateurs pour que le bâti
et le foncier soutiennent une offre adaptée »**

Enjeux collectifs soulevés lors de la table ronde pour incarner la promesse de marque

- **Créer une expérience harmonisée de qualité tout au long du linéaire, fluvestre et fluviale**
- **Faciliter les investissements privés via la mise à disposition par les acteurs institutionnels de foncier et d'ingénierie**
- **Répondre à une double exigence : authenticité et confort**
- **Proposer une offre pour tous : locaux et internationaux.**
- **Capitaliser sur les modèles inspirants : Loire à Vélo, canaux néerlandais...**
- **Développer des lieux de vie hybrides, accessibles aux habitants comme aux visiteurs (ex : projet Maison Bonnal).**

*« Les touristes veulent que tout soit facile.
Et surtout, ils veulent repartir enrichis, pas seulement reposés. »*
– Serge Hoibian, Office du Tourisme Côte du Midi

PARTIE 2

70 PARTICIPANTS

5 tables rondes

Co-animées par la préfecture de région, Voies navigables de France, le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie et ETHICS Group



3 thématiques :

- **L'attractivité et la valorisation du canal du Midi (2 tables)**
- **L'expérience visiteur sur le canal du Midi (2 tables)**
- **L'offre de produits et de loisirs sur le canal du Midi (1 table)**

Co-construction d'une feuille de route pour améliorer l'expérience visiteur sur le canal du Midi

Pour quels objectifs ?

- Répondre à la promesse de la marque
- Améliorer l'offre de services & produits, et la qualité de l'expérience visiteur
- Accroître l'attractivité, l'activité touristique et les retombées économiques

Pour quel résultat ?

1 feuille de route pluriannuelle pour les socioprofessionnels, les collectivités et leurs opérateurs ainsi que VNF avec

- un diagnostic stratégique partagé et des orientations
- des actions pragmatiques par thématiques (à court, moyen, long terme) avec mise en œuvre de premières actions efficaces et faciles à déployer rapidement.

Données d'entrées : études existantes (image, perception, fréquentation, retombées), données VNF/CRTLO, enquête 2025 auprès de socio-professionnels, groupes de travail

Dans quels délais ?

- Mai 2025 : Lancement de la dynamique lors du comité de bien du 21 mai 2025 et de l'atelier dédié qui vise à recueillir le regard et l'expression des participants sur des premières actions concrètes
- Mi-2025 à 2026 : Groupes thématiques pour approfondir les actions
- Automne 2026 : Validation de la feuille de route finale

En images

05



Améliorer l'expérience visiteur du canal du Midi

Synthèse des principaux enjeux énoncés par les participants

Le renforcement de la notoriété du canal du Midi a particulièrement été soulevé : selon les participants, il s'agit de promouvoir l'identité historique et culturelle du canal du Midi, tant auprès des habitants que des visiteurs. Une demande d'attention à l'équilibre de la fréquentation tout au long du linéaire est par ailleurs remontée (éviter le surtourisme à l'est, et dynamiser l'ouest).

→ Faire du canal du Midi une destination phare grâce à une communication institutionnelle coordonnée et le renforcement de la communication digitale.

Le développement d'une offre touristique variée et adaptée à tous (en matière d'hébergement, de restauration, d'activités) est une demande fortement exprimée par les participants. Il s'agit de favoriser l'immersion et la consommation des visiteurs dans les territoires contigus, de leur permettre d'aller à la rencontre du patrimoine et de la vie culturelle locale.

→ Tous les publics doivent pouvoir accéder à des itinéraires et/ou packages d'activités permettant de faire du canal du Midi le point d'entrée et le socle d'une expérience globale.

L'amélioration de la qualité des services (accessibilité, propreté, accueil, signalétique) est remontée sur l'ensemble des tables participatives. Il s'agit de garantir la continuité et l'harmonisation des équipements tout au long du parcours, et de faciliter l'accès à l'information en temps réel.

→ Le canal du Midi doit proposer une expérience usager confortable qui est à co-construire avec les acteurs locaux, socio-professionnels et habitants afin qu'elle reste cohérente socialement et économiquement.

Améliorer l'expérience visiteur du canal du Midi

Synthèse des propositions d'actions

Attractivité et valorisation



Renouveler l'image et la notoriété : Dynamiser l'image du canal, en s'appuyant sur la marque « canal du Midi » et en valorisant son patrimoine historique et naturel.



Favoriser visibilité et appropriation : Améliorer la visibilité du canal, y compris auprès des populations locales, et créer un sentiment d'appartenance pour tous les acteurs.



Promouvoir et communiquer de manière coordonnée : Développer des outils de communication partagés, impliquer les acteurs privés comme ambassadeurs, et promouvoir les atouts du canal à l'échelle locale et internationale.



Intégration territoriale : Encourager les communes à intégrer le canal dans leur planification urbaine et à valoriser les points d'intérêt et les paysages environnants.



Équilibre de l'attractivité et de la fréquentation : Lutter contre le surtourisme dans le tronçon est méditerranéen et attirer davantage de visiteurs sur les tronçons moins connus, notamment à l'ouest.

Améliorer l'expérience visiteur du canal du Midi

Synthèse des propositions d'actions

Expérience visiteur



Accueil, information, signalisation, accessibilité : Développer un accueil de qualité, des dispositifs d'information en temps réel (conciergerie, applications mobiles), renforcer la signalétique sur et autour du canal, garantir l'accessibilité pour tous (PMR, groupes).



Qualité des services, confort de navigation : Harmoniser et améliorer l'offre de services (eau, électricité, sanitaires, signalétique), assurer la continuité des services et des équipements sur l'ensemble du linéaire, faciliter la navigation et l'accès aux sites, améliorer l'agencement des ports et des zones de stationnement.



Gestion des différents usages, préservation du bien : Mieux concilier les différents usages (navigation, pêche, cyclisme, randonnée), prévenir la cabanisation et l'occupation illégale, réguler la fréquentation pour préserver l'environnement, assurer la propreté et l'entretien du canal et de ses abords, veiller à la conservation des atouts patrimoniaux tout au long du linéaire.



Lien avec les territoires : Favoriser les connexions entre le canal et les communes, valoriser les circuits cyclables et pédestres, renforcer l'offre d'itinéraires pour découvrir le patrimoine local autour du canal et ainsi proposer une offre intégrée qui place la rencontre humaine au cœur de l'expérience.

Améliorer l'expérience visiteur du canal du Midi

Synthèse des propositions d'actions

Offre de produits et loisirs



Diversification des produits : Proposer des expériences sur et hors canal (des packages combinant hébergement, restauration et loisirs), et développer des itinéraires thématiques adaptés à différents publics et durées de séjour.



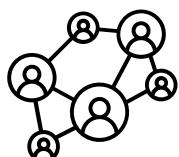
Allongement de la saison et vie économique locale : Encourager l'ouverture des services hors saison, notamment pour l'hébergement et la restauration, afin de dynamiser l'économie locale toute l'année et que les riverains deviennent consommateurs des produits dits touristiques.



Aménagements et services : Créer de nouveaux points d'accueil, améliorer les infrastructures pour les cyclistes et les plaisanciers, et harmoniser la répartition des services le long du canal.



Valorisation du patrimoine : Mettre en valeur les maisons éclusières, les sites historiques et les paysages, et proposer des activités culturelles et ludiques pour enrichir l'expérience visiteur.



Coopération et innovation : Favoriser la mise en réseau des acteurs socio-professionnels et leur montée en compétence collective (formations), encourager la co-construction de l'offre avec les habitants, et développer des outils numériques pour faciliter l'accès à l'information et la promotion du canal.

Les défis transversaux identifiés

- **Fluidifier la gouvernance.**
- **Améliorer l'expérience usager en harmonisant la disponibilité et la qualité des services sur l'ensemble du linéaire.**
- **Valoriser le patrimoine directement sur le bien et autour.**
- **Structurer une offre touristique et économique qui profitent tant à l'économie saisonnière qu'à l'économie locale tout au long de l'année.**
- **Favoriser l'accessibilité à tous.**
- **Garantir la durabilité environnementale du bien.**



**Merci de votre
participation !**

Une marque de l'État, gérée par Voies navigables de France en lien
avec les membres de l'Entente pour le canal du Midi.



Questions/Réponses

Comité de Bien du canal du Midi, 21 mai 2025

Question 1 – Demande de précision sur le calendrier de l'anniversaire des 30 ans de l'inscription du canal du Midi à l'UNESCO

Réponse de Laurent Cyrot, Directeur de projet canal du Midi auprès du Préfet de région

Les candidatures pour les projets liés à la programmation de l'anniversaire sont d'ores et déjà ouvertes. Le formulaire est accessible via le site <https://www.canal-du-midi.com/>. Une date limite indicative a été fixée à fin 2025, mais celle-ci pourra évoluer, potentiellement jusqu'à début 2026.

Les projets peuvent être déposés au fil de l'eau. Plusieurs propositions ont déjà été soumises. Cela permet d'assurer une continuité dans la sélection et une meilleure visibilité des initiatives à venir. La date limite fixée vise notamment à permettre la production de supports de communication communs.

Question 2 – Rayonnement du canal via les voies vertes transverses

Réponse de Tamara RIVEL, 2ème Vice-Présidente en charge des routes et des mobilités au conseil départemental de l'Aude

Il s'agit d'un enjeu d'aménagement du territoire majeur. De nombreuses richesses patrimoniales sont situées à proximité du canal (2 à 5 km). Les haltes le long du canal doivent donc permettre des connexions vers ces points d'intérêt.

Un travail de coordination avec les collectivités locales (communes, intercommunalités) est engagé pour développer ces circuits complémentaires. C'est une démarche partenariale à visée durable, qui vise à structurer une offre cohérente et attractive pour les usagers et les visiteurs.

Question 3 – Nouveaux services et commodités le long du canal (toilettes, douches, bornes de recharge, snacking, etc.)

Réponse de Laurent Cyrot, Directeur de projet canal du Midi auprès du Préfet de région

Et complément de réponse de Pierre-Henri Colombier, Chargé de mission canal du Midi et pilotage général auprès du DGA Aménagement du territoire au Département de l'Hérault

Un travail de recensement des services existants a été mené, notamment dans l'Aude, à l'initiative du Conseil départemental. Ce travail a révélé que certains services existent déjà, mais restent peu visibles. Un projet de signalétique est donc en cours pour améliorer leur identification. Concernant les nouveaux aménagements, les conseils départementaux interviennent sur l'infrastructure (revêtements, pistes) et les collectivités locales sont ensuite sollicitées pour développer les services associés.

Des haltes cyclables (6 ou 7) sont en projet, notamment dans l'Hérault, où des besoins ont été identifiés via des enquêtes de fréquentation. Ces services sont une priorité pour les années à venir, afin d'accompagner la montée en fréquentation des itinéraires cyclables et fluviaux tout au long du linéaire.

Questions/Réponses
Comité de Bien du canal du Midi, 21 mai 2025



Question 4 – Poursuite des études sur la halte portuaire d'Ayguesvives

Réponse de Laurent Cyrot, Directeur de projet canal du Midi auprès du Préfet de région

Le projet, évoqué lors du précédent comité de bien, est toujours à l'étude. Une maîtrise d'ouvrage a été définie et un bureau d'études désigné. Une première réunion technique a eu lieu récemment. Le projet suit donc son cours, en intégrant les enjeux patrimoniaux du site.