



Une nouvelle signature et une maison du tourisme à Nantes font partie des 33 actions du nouveau programme touristique départemental.

« Côté plage, côté jardin... », l'ancienne signature touristique de la Loire-Atlantique gagne le rayon des souvenirs. Le conseil général et le comité départemental du tourisme proposent un nouveau label: « **Oh la L.A. !** » Le clin d'œil renvoie à un double constat: la destination Loire-Atlantique n'est pas clairement identifiée, mais une fois arrivés ici, les visiteurs sont agréablement surpris.

« **Oh la LA. !** » fait partie des 33 actions du nouveau plan touristique du département qui sera présenté lundi par le vice-président Yvon Mahé. On y trouve l'ouverture d'une maison du tourisme, en plein centre de Nantes, dès 2009.

La vitrine, située allée Brancas (près de la place du Commerce), visera en particulier une clientèle locale, les habitants du département étant à la fois ambassadeurs, et les consommateurs d'une offre de proximité. « **Notre premier réservoir de clientèle est à Nantes** », rappelle le président Patrick Mareschal.

Parmi les actions phare, il y a encore le développement des hébergements ruraux, le développement du tourisme autour du canal de Nantes à Brest; et le lancement d'un plan départemental du tourisme maritime et fluvial avec acquisition de bateaux, construction de bases nautiques, aide à la professionnalisation des clubs, équipements pour l'accès à la mer, des petites embarcations, etc.

À noter, aussi, une opération de gestion des flux dans les marais salants de Guérande. Le plan, d'un montant de 24 millions € répartis sur quatre années, vise à générer de l'activité économique et de l'emploi, améliorer à la fois l'offre de services et le cadre de vie des habitants dans une logique d'aménagement du territoire et de solidarité. La Loire-Atlantique est la 10ème destination touristique française. Le tourisme y pèse 20400 emplois directs, et 8 200 emplois indirects.

