

Pineda de Mar, 5 de julio de 2012

## ¿Puede Lloret de Mar lavar su imagen?

*El municipio de la Costa Brava pone esfuerzos por prestigiar su turismo pero le cuesta conseguirlo después de dos casos de balconing y una apuñalada*

Lloret de Mar ya hace tiempo que lleva a cabo una campaña para acabar con el turismo basura y atraer turismo de calidad. Pero apenas acabado el mes de junio, esta localidad de la Costa Brava ya cuenta con dos casos de balconing y un apuñalamiento a sus espaldas esta temporada de verano.

Hará cosa de unos 15 días que el consistorio de Lloret de Mar acertó la apertura de las discotecas hasta las 5 y media de la mañana durante los días laborales, prohibió los “propagandas” y continúa potenciando el control policial, entre otras medidas. Así pues, el destino turístico es, sin lugar a dudas, un lugar ideal para unas vacaciones en familia, ya que Lloret de Mar es mucho más que alcohol y discotecas. La intención del ayuntamiento: cambiar la imagen de Lloret. El resultado: bueno, muy bueno, pero con puntos sin solucionar. El turismo ruso crece exponencialmente en Lloret de Mar. El perfil del visitante acostumbra a ser de clase acomodada y gasta mucho más que el típico alemán, holandés o italiano que contrata un pack por 200 euros una semana todo incluido en los [hoteles de la Costa Brava](#). La lucha por el cambio de imagen es comprensible entonces, pero o se hace bien, o no se hace.

La medida parece tener éxito y Lloret atrae cada vez más rusos y más familias, pero ¿es necesario que convivan el turismo “no deseado” y el “sí deseado”? Quizá, más que cerrar una hora antes las discotecas, sería una buena opción acabar con los bares de chupitos a 1 euro o cervezas a 1,5. Lavarle la cara al pueblo también estaría bien. Menos letreros pasados de moda y más exhibir las fachadas de los antiguos edificios de este precioso pueblo mediterráneo, podría ser otra opción a considerar. Salou lo hizo y la ciudad se ve igual de activa pero limpia. Las agencias de viajes especializadas, como es el caso de DeMediterràning.com, una agencia online especialista en Cataluña y [Andorra](#), a veces se encuentran con problemas a la hora de promocionar una localidad determinada, aun siendo de calidad. Este es el caso de [Lloret de Mar](#). Los catalanes y, por extensión, los españoles, no sienten atracción por esta localidad de la Costa Brava y, es más, les genera cierto desprecio. Nosotros, como agencia especializada en Cataluña, sabemos qué es en realidad Lloret de Mar, y así lo promocionamos. Pero la verdadera fuerza la tienen las administraciones públicas. Igual que Ámsterdam está vendiendo museos, belleza arquitectónica, comercios de calidad o preciosos parques, luchando a la vez en contra del turismo del porro, Lloret de Mar debe vender más sus preciosas calas y playas, restos prehistóricos y medievales, su patrimonio modernista, jardines y equipamientos deportivos de calidad y, luchar de forma seria y constante en contra del turismo de cubata. Así, nos beneficiaríamos todos.

Màrius Pellicer Castany

Responsable de Comunicación en DeMediterràning.com

[www.demediterraning.com](http://www.demediterraning.com)