Salento inadatto ai super ricchi? Da Albano ad Arbore e a Federalberghi, ecco le repliche alle critiche di Briatore

Sono arrivate da molti fronti le repliche alle critiche avanzate da Franco Briatore all'offerta turistica del Salento, che a detta di quest'ultimo sarebbe carente di strutture adatte ai super ricchi. A parlare anche esponenti del mondo dello spettacolo, pugliesi doc come **Albano**, che a ad Adnkronos ha dichiarato che "Qui da noi vengono ricchi stranieri, americani e altri: e vengono anche a sposarsi nelle nostre masserie o agriturismi **che piacciono molto così come sono".** La Puglia, a detta del cantante, è adatta a tutti i ceti sociali e i portafogli: "Le piccole e le grandi realtà turistiche possono coesistere e la Puglia e il Salento possono essere benissimo l'abecedario di tutti i ceti sociali e di tutte le esigenze". Garbatamente critica nei confronti della presa di posizione di Briatore è anche la posizione espressa dal foggiano **Renzo Arbore** "Briatore, che io rispetto perché ha inventato un suo speciale turismo molto ricco, **evidentemente non tiene conto che ci sono tante maniere di fare i turisti**: la Puglia è meta di un turismo davvero elitario" ha dichiarato Arbore all'Adnkronos. "Quello che sceglie la Puglia **è un turismo elitario perché sa farsi affascinare da cose realmente belle, e questo non vale per tutti**: ad affascinarlo è la movida gentile della nostra regione, l'accoglienza, l'ospitalità dei pugliesi" E ha proseguito "**Da noi viene una borghesia illuminata cui piacciono le nostre spiagge e le nostre masserie, il nostro cibo e la nostra cultura**. Dei buongustai ma non solo in senso gastronomico". Netta anche la replica arrivata da **Federalberghi Puglia**: "la Puglia non è Montecarlo, Briatore si rassegni" ha dichiarato **Francesco Caizzi,** presidente di Federalberghi Puglia. In una intervista a La Stampa, Caizzi ha precisato che "In Puglia abbiamo resort e hotel cinque stelle armonizzati nel contesto in cui nascono. Il nostro modello di business non prevede di stravolgere l'esistente, ma di valorizzarlo. È una strategia che portiamo avanti da oltre dieci anni e i risultati in termini di turismo ci dicono che è quella vincente".