

SSD presenta gli sponsor e chiarisce: «Lecce club sano che spende senza debiti»

La stagione è iniziata con il piede sbagliato, ma il Lecce vuole superare il temporale estivo e remare senza remore verso l'obiettivo salvezza. Per una navigazione decisa anche quest'anno la società si è avvalsa di sponsor del territorio che questa mattina erano presenti all'Acaya golf resort per far sentire la loro passione per il club che stanno sponsorizzando.

E' stato il presidente Sticchi Damiani ad introdurre tutti i marchi che compariranno sulle maglie del Lecce, tre di questi sono una conferma della scorsa stagione, mentre a distanza di anni torna a comparire sul giallorosso una vecchia conoscenza in termini di sponsor. Links sarà il main sponsor che oggi era rappresentato dai suoi due proprietari Giancarlo Negro e Paolo Perrone, ex sindaco della città. Entrambi hanno ribadito come sia stata la passione per il Lecce a spingerli a sponsorizzare il club, piuttosto della possibilità di avere un ritorno economico dalla presenza del logo sulle divise.

Anche Alberto Paglialunga, patron di Deghi (marchio ormai famoso per la vendita on line di arredo bagno e giardino), ha chiarito il suo amore per il Lecce e di come sia difficile fare calcio al sud al pari di quanto lo sia fare impresa. L'imprenditore, che è entrato da meno di un anno a far parte degli sponsor giallorossi, ha fatto capire come questo dia uno stimolo maggiore perché è ancora più bello vincere partendo sulla carta da ultimi. Sulla stessa lunghezza d'onda anche i rappresentanti in sala di Banca Popolare Pugliese e BetItalyPay, l'unica new entry tra i quattro marchi, che torna a sponsorizzare il Lecce (è stato anche main sponsor ai tempi della famiglia Tesoro) con il loro nuovo reparto aziendale che

aiuta le imprese nei pagamenti vari e che esula dalle scommesse, oggi vietata dalla vigente legislazione.

A tenere banco durante la conferenza stampa sono state soprattutto le parole del presidente Sticchi Damiani che ha invitato la piazza a star calma dopo il brutto tonfo in coppa. «Anche io sono dispiaciuto per l'eliminazione, ma dobbiamo esser cauti nelle critiche. Mi spiace quando viene detto che il Lecce non ha soldi da spendere, perché non è così. Pensate che per Banda abbiamo pagato il club cedente prima ancora che il ragazzo arrivasse a Lecce. Il nostro club è sano e spende i suoi soldi con raziocinio senza indebitarsi con le banche. In A ci sono molti club che sono tecnicamente falliti, noi preferiamo avere un difensore in meno, ma guardare al futuro con tranquillità.»

Sul mercato Sticchi Damiani è fiducioso. «Manca qualcosa in difesa, ma stiamo facendo tanto sul mercato e arriveranno rinforzi anche negli ultimi giorni. Sapere che in tanti si sono abbonati e che molti di questi hanno acceso finanziamenti per venire allo stadio, ci dà ancora maggior spinta per far bene. Non bisogna, però, aver fretta nei giudizi e capire che questa squadra avrà bisogno del supporto di tutti. Solo così troverà la sua forza anche quando perderà. Lo scorso anno il Lecce non perdeva quasi mai, in A sarà diverso ma proveremo a salvare la categoria con una rosa che è stata rivoluzionata e che strizza l'occhio al futuro.»

Il presidente parla infine di quanto beneficio economico portano in dote gli sponsor presentati e di quello che il Lecce sta facendo in chiave stadio. «Come detto ieri da Corvino, la campagna abbonamenti porta in dote intorno ai cinque milioni di euro. Gli sponsor più di un milione. La gente però deve capire che in A ci sono tante spese e oltre a queste dobbiamo cedere tre milioni alla B per la mutualità. Stiamo inoltre provvedendo a mettere in sicurezza il crescent della Est così che si possa tornare a vedere lo stadio pieno. Stiamo inoltre valutando delle opportunità per affiancare a

dei settori dello stadio il nome di uno sponsor e stiamo per cedere la gestione dei bar del Via del Mare ad una azienda di livello nazionale che possa rimetterli a nuovo dopo due anni di abbandono.»

Foto a cura di Andrea Stella

