

Abbonamenti al via con sconti, regali e l'obiettivo dei 10000

Nella sede della Banca Popolare Pugliese a Lecce si è svolta anche quest'anno la presentazione della campagna abbonamenti del sodalizio giallorosso riapprodato dopo 6 anni nel calcio che conta. La banca regionale anche quest'anno sarà molto vicino al Lecce con un supporto non solo economico, ma anche organizzativo, fondamentale per raggiungere degli obiettivi degni della storia della società. Per quest'anno la BPP metterà a disposizione tutte le filiali del territorio che diventeranno l'unico punto di riferimento per la sottoscrizione delle tessere.

«Il primo dato da tenere conto – afferma il vice presidente dell'US Lecce Corrado Liguori – è che abbiamo mantenuto i prezzi dell'ultima stagione in B, datata 2009-10. Quindi non abbiamo tenuto conto dell'inflazione di quasi dieci anni. Abbiamo voluto premiare, poi, non solo coloro che si sono abbonati lo scorso anno, ma anche quelli di due anni fa, prevedendo uno sconto anche per loro».

Liguori spiega questa iniziativa come il giusto premio a quello zoccolo duro di 10000 persone che settimana dopo settimana hanno sostenuto Lepore e compagni nella difficile marcia per arrivare in B. Di certo i costi per gli abbonamenti saranno sicuramente maggiori rispetto allo scorso anno, ma se si tiene conto che in questa stagione le gare interne saranno ben 21, il costo della tessera rapportato alle singole partite è comunque basso.

«E' previsto – continua Liguori – l'abbonamento ridotto per gli Over 65, gli Under 18 e quest'anno anche per le donne. Chi volesse approfittare di questi prezzi speciali, dovrà per

forza sottoscrivere la tessera perché nelle singole gare i ridotti saranno solo per gli under 10». Anche quest'anno il Lecce ha previsto dei Mini abbonamenti di 5 e 10 gare per i fuori sede, mentre delle novità importanti ci saranno per le aziende del territorio. «Abbiamo ideato degli abbonamenti per le aziende con un pacchetto dai 10 a 25 abbonamenti e un altro con un numero di tessere superiore ai 25. Questi abbonamenti non saranno nominativi per cui le aziende potranno premiare i loro dipendenti o i loro clienti di volta in volta, facendoli assistere alle gare interne del Lecce».

In conclusione il vice presidente Liguori parla del regalo che ogni abbonato riceverà dalla società. «Quando ci insediammo al timone del Lecce, il nostro desiderio era di offrire un dono ad ogni abbonamento, in modo da ricevere un qualcosa di unico ogni anno. Quest'anno ci siamo finalmente riusciti grazie alla nascita di M980 (il nuovo brand tecnico del Lecce). Chi sottoscriverà un abbonamento avrà o un pallone firmato Lecce o una delle due felpe double face prodotte per l'occasione. Questo dono arriverà al singolo abbonato per Natale.

Se poi dovessero esserci 10000 abbonati ci sarà un ulteriore regalo, un cappellino ad hoc».

Il Lecce ha pensato davvero a tutto. Adesso la palla passa ai tifosi, che da venerdì potranno sottoscrivere gli abbonamenti. Gli abbonati della scorsa stagione saranno gli unici a poter confermare il posto occupato l'anno scorso con una prelazione che scadrà il 19 luglio. Dal 23 poi via alla vendita libera che anche quest'anno avrà una prima fase con prezzi più bassi sino al 18 agosto, e una seconda che terminerà alla vigilia del primo match interno di Serie B.