Buongiorno Lion

con questo saluto è iniziato il nostro cammino insieme 4 congressi fa ed è giusto usarlo ancora in questo momento di valutazione di quel percorso.

Relazione morale si legge nell'ordine del giorno, espressione usata nel nostro regolamento distrettuale.

Mi ha sempre affascinato questa espressione e allo stesso tempo, mentre mi avvicinavo a questo momento, mi ha sempre più imposto rispetto.

Una relazione morale dovrebbe informare chi di dovere, e in questo caso voi delegati, su scelte alle quali attribuire valore diverso e opposto ovvero: bene o male.

Non è quello che intendo fare oggi.

Non voglio distinguere in bene o in male ciò che abbiamo fatto in questo periodo di tempo.

Non mi compete, non lo sento mio.

Quello che voglio è percorrere con voi questi mesi. Spiegando azioni e motivazioni. Insieme, potremo dare a tutto ciò un valore morale.

Insieme, come ho sempre creduto, e ancora oggi credo, debba svolgersi la nostra vita di Lion.

Il nostro distretto ha lavorato per il perseguimento del nostro fine: servire gli altri. E lo ha fatto in modo eccezionale.

Voglio fare i complimenti a tutti i soci Lion, cari Delegati, vi chiedo di portare i complimenti ai soci dei vostri club.

Non voglio certo fare un elenco di tutte le attività che i Club hanno svolto fino ad oggi, sarebbe troppo lungo, ma vorrei, insieme a voi, riflettere su alcuni dati. Dai famigerati rapporti mensili, dal luglio 2017 all'aprile 2018, risulta che nel nostro distretto i club hanno raccolto 197.953 euro e donato 109.768 euro. Sono numeri importanti sicuramente, ma se consideriamo che sono il risultato che emerge dai rapportini relativamente a soli 76 club, e quindi non risulta ufficialmente quanto fatto dai restanti 18 club, sicuramente possiamo pensare che la nostra azione sia ancora più importante e di impatto positivo per la realizzazione dei service. Purtroppo questa è una pecca in cui noi Lion costituiamo un'eccellenza: la non completa trasmissione dei dati. Pensate che nel corso di una riunione tra il governatore delegato al Service Nazionale, il Presidente del Consiglio dei Governatori, rappresentanti del ministero della salute e dell'organizzazione mondiale della sanità è stata proprio quest'ultima organizzazione che ci ha riferito l'importanza della nostra associazione indicando un milione e mezzo di screening visivi realizzati negli ultimi dieci anni, più di un miliardo di interventi a favore della vista e ottocento milioni di persone raggiunte dai nostri service. Dati che a noi mancavano. Invece la circolazione delle notizie di ciò che facciamo, la loro quantificazione, e' fondamentale per rispondere alla domanda ma chi siete voi Lions?

In questa annata abbiamo anche avuto l'incarico Multidistrettuale di coordinare la giornata dell'orgoglio Lion, il Lions Day. Questo è un breve ricordo di quanto accaduto.

FILMATO

Non servono parole, solo ricordarci che ogni anno si svolge il Lions Day e che la data viene indicata già nel luglio, inserita nel libretto distrettuale che viene consegnato all’apertura dell’annata, quindi inseriamola nei nostri calendari di club ed evitiamo di fissare manifestazioni diverse in modo da passare dai 40 gazebo di quest'anno ad un mare di gazebo Lions.

Che dire poi delle manifestazioni Lions in Piazza, peraltro invidiate e copiate da tanti altri distretti italiani, in cui ogni anno raggiungiamo circa 15.000 persone, del progetto Martina con circa 10.000 studenti coinvolti e che vede la collaborazione importante dei Leo, dei nostri campi giovani e disabili, del service Interconnettiamoci ma con la testa. Insomma attività che, unite ai service territoriali dei club, non possono far altro che farci sentire orgogliosi di appartenere a Lions Club International, un'associazione che alle persone che hanno bisogno non porta parole, ma programmi, azioni concrete.

Bene, di fronte a tutto ciò non dobbiamo fare altro che complimentarci.

Certo, è vero, dobbiamo confrontarci, ma quando al Consiglio dei Governatori abbiamo incontrato il Presidente Internazionale Naresh Aggarwal, mi ha colpito una sua impostazione dell'incontro. Dopo avere fatto i complimenti al multidistretto ha detto: farei un torto a tutti noi se mi limitassi a questo. Anche noi Lion dobbiamo imparare a utilizzare l'analisi SWOT.

Condivido questa impostazione del Presidente Internazionale.

Dobbiamo imparare quindi non solo a parlare dei punti di forza, ma anche dei punti di debolezza.

Soltanto in un dialogo aperto, franco, consapevoli dei punti di forza o delle debolezze potremmo tracciare un piano di azione, individuare modalità di intervento e correzione. Se diciamo sempre e soltanto che tutto va bene facciamo un torto a noi stessi e all'associazione.

Certo un Governatore che elogia e parla solo di cose belle, soprattutto in pubblico fa più effetto. Bene io non sono quel tipo di governatore voi delegati non mi avete eletto perché lo fossi, ma per cercare di imboccare una nuova strada del lionismo toscano: ricordate?

Ma abbiamo punti di debolezza?

Indubbiamente sì.

**LA PERDITA DEI SOCI**. Abbiamo sentito il segretario distrettuale presentare la relazione sul punto. Quante volte ci siamo confrontati per individuare le motivazioni di questo trend negativo. Quante volte abbiamo sentito parlare di porte girevoli. Ma ci siamo mai parlati sinceramente? Abbiamo mai cercato di parlare di quelle motivazioni che tutti conosciamo ma di cui, non si sa perché, non si parla nei luoghi a ciò deputati: assemblee di club, consultive distrettuali, congressi. Perché ne parliamo solo in piccoli gruppi, magari in chat esclusive? Perché vogliamo nascondere questa realtà, ripeto conosciuta, dietro valutazioni generiche quali: crisi dell'associazionismo, crisi economica ecc.

Perché non ammettere apertamente, chiaramente, ciò che in cuor suo ognuno di noi sa!

La maggior parte delle dimissioni e' causata da litigi, contrasti, protagonismi, antagonismi e personalismi.

Io contro lui

Noi contro loro.

Perché?

Perché abbiamo perso, o forse mai compreso, il vero senso del lionismo, il vero senso dell'appartenenza.

Perché queste persone usano il lionismo per affermazione personale e non per il perseguimento del We Serve.

Nel lionismo non vi è posto per le minoranze e le maggioranze.

Le diverse idee si devono confrontare sul piano del dialogo e della discussione, ed una volta deciso, quella decisione è l'obbiettivo di tutti non solo di alcuni.

E allora è giusto che chi ha ricevuto la responsabilità di coordinare ed amministrare, ai vari livelli, la nostra associazione faccia tutto ciò che è nelle sue possibilità perché la volontà emersa sia rispettata, anche nel Multidistretto o nell’internazionale. Perché si faccia sì che anche chi riveste ruoli di responsabilità rispetti la volontà dei singoli Distretti e non imponga scelte non solo non condivise, ma addirittura in contrapposizione con i Distretti. E chi si definisce Lion e sa che una sua presa di posizione personale costituisce ostacolo per lo sviluppo dell’associazione, faccia un passo indietro. Per il bene del lionismo.

Il senso della squadra, il potere del Noi, si basano su questo insuperabile concetto.

**LA COMUNICAZIONE**

Anche questo è un punto di debolezza.

Noi non riusciamo a informare, a comunicare all'esterno, spesso nemmeno all'interno, in modo efficace quello che noi siamo, quello che noi facciamo.

Ognuno di noi, socio o club, si affida una sua forma di comunicazione, a una sua modalità di informazione con la conseguenza di un milione di rivoli di notizie che non comunicano nulla. Danno solo l'idea di non essere una sola unica associazione ma un insieme di diverse entità che vanno ognuna per la sua strada.

Perché?

Perché ognuno di noi, ogni club, vuole essere protagonista e non testimone dell'unica vera realtà, dell'unica nostra forza: Lions Club International.

Ma ogni analisi SWOT deve prendere in considerazione anche i punti di forza.

Quali attività materiali possono essere utilizzate in questa situazione?

Quali beni immateriali come conoscenza, rete, reputazione, ci potranno aiutare?

In cosa siamo bravi?

Ne abbiamo tanti di punti di forza.

E in questa annata il Distretto ha cercato di evidenziare questi punti di forza non con le parole, ma con esempi pratici.

Ogni scelta, condivisa dallo staff distrettuale ed in primis dal Primo e dal Secondo Vice Governatore, mirava a portare un esempio rafforzativo dei nostri punti di forza.

**La scelta di non spendere i soldi dei soci per le borse congressuali, ma di devolvere alla nostra Fondazione la abitudinaria spesa.**

Perché?

Perché non volevamo simboli auto celebrativi del nome del Governatore o del guidoncino, ma dimostrare nei fatti che l'obbiettivo di noi Lions e' servire gli altri.

**La scelta di chiedere ai Club di riunirsi per la conviviale successiva alle visite del Governatore con ogni singolo Consiglio Direttivo di Club.**

Scelta utilitaristica, come purtroppo ho sentito dire, perché così il Governatore sottraeva meno tempo alla professione? Amici, sarei rimasto molto di più in studio spalmando le 93 visite in nove mesi partendo dall'ufficio al massimo alle 18.30 di ogni giorno di vista.

Mancanza di rispetto dei club? Come può un Lion mancare di rispetto quando osserva nella pratica i primi due scopi lionstici: Organizzare, concedere lo status ufficiale e controllare club di servizio da essere riconosciuti come Lions Club. Coordinare le attività e standardizzare l'amministrazione dei Lions Club?

No Lions.

Scelta, invece, di dare un senso al ruolo di Governatore quale portatore degli obbiettivi internazionali in tempi tali da dare la possibilità ai Club di adeguare i programmi inserendovi le direttive del Board.

Scelta di dare ai Club la possibilità di incontrarsi per unirsi con i vincoli dell'amicizia, confrontandosi e nel confrontarsi conoscersi, vivere una serata condivisa, sì da agevolare il sorgere e lo svilupparsi del concetto di squadra, di condivisione, del non essere schegge autonome ed autoreferenziali ma parti uniche ma unite della stessa realtà associazionistica.

**La scelta di non individuare un service distrettuale.**

Carenza di idee?

No.

Scelta di valorizzare il lavoro dei singoli Club, delle singole zone, delle circoscrizioni.

Esaltazione della condivisione, del lavoro di squadra. Voglia di sottolineare il ruolo di un Distretto così come delineato dalle norme internazionali: strumento di coordinamento e di amministrazione dei singoli club, strumento di motivazione e generatore di entusiasmo del senso di appartenenza.

Non strumento per l'affermazione personale.

Basta voler essere a tutti i costi presenti per spingere proprie idee, condivise con pochi quando va bene. Basta soprattutto quando il ruolo rivestito è giunto al suo naturale termine.

Continuiamo sì ad essere parte attiva e vitale della nostra associazione, ma come soci o nel nuovo incarico affidatoci. Non perseguiamo intenti personalistici, o peggio di parte, perché così facendo diamo luogo a una divisione, ad una opposizione alle legittime rappresentanze. E questo ci porta al punto di debolezza: perdita dei soci. Ma tutto ciò ci porta a una considerazione, quando le idee NON nascono da una vera condivisione inevitabilmente cadono e lo devono fare, per dare luogo al lavoro di squadra, alla costruzione proiettata nel futuro. I service devono basarsi su una attenta valutazione delle necessità, su una progettazione che considera le risorse disponibili e le possibili difficoltà, che individua le collaborazioni attuabili e le tempistiche, analizza gli aspetti legali ed economici e predispone un protocollo di azione ed una rete di coordinamento e comunicazione, trasformando un'idea in risultati concreti, su vasta scala.

Quante idee, quante energie, quanti necessari confronti sono nati in questa annata tra club, nelle zone, nelle circoscrizioni, per colmare il vuoto del Service Distrettuale.

Lavoro di squadra. La forza del noi.

**La scelta di modificare la comunicazione.**

I tempi cambiano e per essere performanti dobbiamo adeguarci a i tempi. Troppe volte abbiamo sentito i club lamentarsi delle troppe comunicazioni, delle troppe mail ricevute. Allora abbiamo deciso di limitare questo strumento. D'altra parte dobbiamo però garantire una circolazione di notizie. Ecco perché abbiamo deciso di potenziare l'utilizzo del sito distrettuale, della pagina Facebook. Certo sono strumenti per molti nuovi, ma ormai necessari. Credo che in ogni club ci siano persone abituate all'utilizzo di questi strumenti. Bene, utilizziamo questi soci dando loro l'incarico di essere il collegamento fra questi strumenti e chi non vuole o non sa usarli. Sarà comunque un modo per coinvolgere altri soci facendoli sentire utili allo sviluppo del club, all'unione fra soci e forse, anche questo, servirà a limitare il flusso di dimissioni. Perché soci coinvolti, soci che si sentono parte dell'organizzazione, sono soci che accrescono il loro senso di appartenenza. Le date importanti, quelle riguardanti gli impegni che dovrebbero coinvolgere tutti, ovvero appuntamenti distrettuali, nazionali e internazionali vengono già diffuse i primi di luglio nel libretto delle cariche. Basterebbe un po' di buona volontà per rivedere i rispettivi programmi per lasciare spazio a questi appuntamenti.

Perché?

Perché non possiamo definirci Lions se viviamo solo ed esclusivamente il club. Evitare sovrapposizioni di date fra i vari club è poi un modo per agevolare la condivisione delle attività, la creazione del lavoro di squadra, la forza del Noi. Ecco perché, come ben sanno coloro che hanno partecipato all'ultima distrettuale, è stato creato un calendario distrettuale sul nostro sito, su cui verranno inserite le date anche degli eventi dei singoli club. Certo andranno comunicate e ci vorrà un po' di buona volontà, laddove il distretto segnalerà eventuali importanti sovrapposizioni, per rimodulare il calendario.

Comunicazione è anche far conoscere, al di fuori del mondo Lions, ciò che facciamo. In questo caso gli strumenti citati svolgono un ruolo importante. Abbiamo dedicato una consultiva distrettuale a questa tematica, eppure siamo ancora lontani dall'obiettivo. Eppure sarebbe semplice aumentare questa azione. Riflettiamo su un dato: la nostra pagina Facebook distrettuale ha 9.660 followers. Quando vi è pubblicata una notizia questa li raggiunge tutti. Diciamo che la notizia raccolga 90 mi piace. Ebbene se oltre al mi piace si cliccasse su condividi, considerando che in media ciascuno di noi ha 100 followers, raggiungeremo anche loro. Basta fare delle semplici moltiplicazioni per capire che impatto potremmo avere.

È bellissimo l’aforisma di Henry Ford che stimolava i suoi responsabili di marketing a lanciare i prodotti:

Le anatre depongono le loro uova in silenzio. Le galline invece schiamazzano come impazzite. Qual è la conseguenza? Tutto il mondo mangia uova di gallina.

Certo non dobbiamo starnazzare, ma creare un’eco verso l’esterno del nostro mondo Lion.

Già, l'esterno.

Nel rivolgersi verso l'esterno si colloca un'altra scelta distrettuale. La scelta di donare a ciascun club un gazebo con i colori Lion, con il nome e il guidoncino del club, ma nessun riferimento all'annata, o al governatore, al suo guidoncino.

Solo e soltanto distretto108 LA.

Perché così deve essere la vera immagine, la vera comunicazione: Lions Club International.

Un logo, un nome unico per tutti.

Una modalità che crea immagine di unione, di forza di affidabilità.

Scelta ripetuta anche per i dépliant: Chi sono i Lions.

Non annate, non nomi passeggeri, non guidoncino temporaneo. Esercizi di personalismo.

Solo e soltanto concetti, idee, il distretto.

Cari Lion, non c'è via di uscita: se volgiamo essere attrattivi verso i giovani, se volgiamo essere performanti per le nuove necessità della società, se vogliamo avere una immagine riconosciuta e riconoscibile, se vogliamo affrontare e risolvere il problema della perdita dei soci, della partecipazione, dobbiamo ragionare al plurale, dobbiamo ragionare come squadra, dobbiamo ragionare al di là di ogni singolo socio, dobbiamo essere consapevoli, noi per primi, e farlo capire agli altri che noi siamo parti speciali di un’unica realtà: Lions Club International.

E allora smettiamo di voler essere protagonisti, di considerarci unici depositari della verità, confrontiamoci, dialoghiamo, condividiamo e, insieme, costruiamo.

Ecco, queste sono parole, principi, concetti che ho sempre portato nei club in tutto questo periodo. Vi chiedo, hanno più peso oggi perché li ho esternati indossando una cravatta?

Non credo.

Il nostro essere Lions, il nostro credere nella associazione, il nostro volersi spendere per gli altri non sono racchiusi in una cravatta,

ma nei nostri cuori.

Grazie

Fabrizio Ungaretti DG 108 LA