

VISITA GOVERNATORE

L.C. PEGLI

9 gennaio 2015

E' iniziato un nuovo anno.

E' il momento di fare un esame di coscienza, di stilare un bilancio di cosa abbiamo fatto, di come l'abbiamo fatto, del perché l'abbiamo fatto. E' il momento di verificare se gli obiettivi che ci eravamo posti sono stati raggiunti; se i nostri sogni, i nostri desideri si sono realizzati. E' il momento di valutare se, per raggiungerli, si deve cambiare qualcosa. E' il momento di porsi nuovi obiettivi.

Il life-motiv di Cenerentola, il celebre cartoon di Disney, cantava "*I sogni son desideri*": desiderio deriva dal latino "*de sidera*" che etimologicamente significa "cessare di guardare le stelle".

Ricordo che il mio professore di latino, nei primi anni di liceo, raccontava che, nell'esercito romano dislocato in Gallia, esistevano i *desiderantes* cioè quei soldati che rientravano al campo dopo la perlustrazione notturna delle linee nemiche: uomini che avevano seguito le stelle come guida per tornare "a casa"; e quindi "desiderare" ha il significato di bramare, agognare, avere uno scopo e volerlo realizzare, individuare una nuova strada per realizzare i nostri obiettivi.

Le stelle sono i nostri sogni, che ci spingono a trovare la strada per poterli realizzare.

Abbiamo avuto un anno difficile: stiamo vivendo un periodo di profonda crisi, non solo politica, sociale, economica, ma soprattutto "umana". La nostra è soprattutto una **crisi di valori**.

I valori sono gli scopi, le motivazioni, gli ideali che ci spingono ad operare; che ci guidano, ci stimolano, ci sorreggono nei momenti più difficili.

I *nostri valori*, i valori dei Lions, sono espressi negli "*scopi*" che leggiamo prima di ogni meeting, che ormai sono diventati un'abitudine e di cui non cogliamo più i significati profondi.

Il nostro motto è *we serve*. Mai come ora si trasforma in un interrogativo inquietante: Noi, serviamo? Noi siamo veramente utili? Siamo in grado di aiutare veramente chi ha bisogno? E, soprattutto, abbiamo ancora la capacità e la voglia di farlo? Siamo capaci trovare l'energia e le risorse per intervenire attivamente sul *bene civico, culturale, morale e sociale della comunità* ?

Nel Multi Distretto Italy abbiamo perso più di 7000 soci dal 2008. Nel nostro distretto contiamo 1904 soci, con una perdita di oltre 200 soci negli ultimi tre anni, nonostante la creazione di 6 nuovi Club, pari al 30% dei club formati in Italia dal 2008.

Qualcosa non funziona: è necessario cambiare; ma non i nostri valori, bensì il modo, la metodologia di comunicarli e applicarli.

Le problematiche politiche e sociali, i disastri ambientali, le tragedie famigliari, le stragi di innocenti e le crudeltà mascherate da ideali religiosi, la disonestà e le ruberie di amministratori pubblici e privati, sono tutti segnali di una sconvolgimento di quei valori che ci hanno finora guidato come uomini, oltre che come Lions.

Sono state eseguite indagini a livello distrettuale per cercare una risposta a due domande in particolare.

La prima domanda recita "**Perché essere Lions?**" La maggioranza delle risposte è stata "*per far parte di un'organizzazione di prestigio che riunisce un gruppo di amici con cui condividere valori e scopi affini*".

Sono quindi i valori per cui e su cui si è costituita l'Associazione che dobbiamo conoscere, applicare, e far conoscere per convincere le persone a far parte dei Lions.

La seconda domanda chiede: "**Perché i soci se ne vanno?**" Le risposte hanno individuato come cause principali "*la delusione delle aspettative e la non condivisione delle prassi operative adottate*".

Per puro dovere di cronaca va fatto rilevare che circa il 7% dei soci ha attribuito *alla scarsa elitarietà* il motivo principale di abbandono dei Club da parte dei soci.

Essere delusi significa che ci si aspettava qualcosa di diverso da quella che è stata la realtà concreta. Allora o le informazioni fornite non sono state sufficientemente chiare oppure non sono state corrette e coerenti con la realtà della gestione.

Ecco quindi la necessità di trovare il coraggio per fare l'esame di coscienza di cui abbiamo detto: un esame sincero, onesto, compiuto con umiltà. Occorre "guardarci dentro" considerare i nostri limiti e le nostre manchevolezze per porvi rimedio e valutare le nostre risorse per individuare nuovi obiettivi.

Tra le risorse non possiamo dimenticare la nostra internazionalità che ci consente di realizzare interventi di grande impatto, la possibilità di ricorrere a professionalità di eccellenza che ci consentono l'accesso ad una vasta gamma di campi operativi; la disponibilità di sfruttare eventi eccezionali quali l'Expo, il Centennial e la Convention per far conoscere a tutti il nostro lavoro; e infine le risorse messe a disposizione dal Board.

Da queste considerazioni appare una strada da seguire, non facile ma praticabile, che si concreta in due punti fondamentali.

Lavorare insieme con obiettivi chiari e condivisi; coinvolgere i nostri soci responsabilizzandoli senza porsi come giudici critici di ogni iniziativa, consapevoli che non esistono service più importanti di altri, che siamo tutti eguali, che ciò che conta è il successo del service indipendentemente da chi l'ha proposto o realizzato.

Dobbiamo imparare a "fare squadra": ed una squadra sarà vincente se i suoi componenti sono allenati, preparati, consci delle proprie capacità e del proprio ruolo, disponibili a dare il meglio di loro stessi con umiltà e perseveranza.

Ma dobbiamo anche imparare a **comunicare**: ecco il secondo punto! Dobbiamo saperci raccontare, far sapere a tutti quello che facciamo, come lo facciamo e perché lo facciamo con messaggi chiari, efficaci, sinceri utilizzando tutti i mezzi tecnologici disponibili, ma soprattutto contattando direttamente la gente e trasmettendo idee, sentimenti, entusiasmo ed emozioni.

Lavorando uniti, coesi, concordi, con obiettivi comuni e col solo scopo di realizzarli senza personalismi o autocelebrazioni, potremo far conoscere e far crescere il nostro "*Branco*" e sentirci veramente orgogliosi di essere Lions.

PAM