



# IL SERVICE



Identificazione secondo i codici della mission e dell'etica



Progettazione, disposizione degli strumenti e dei mezzi



Collaborazione, services condivisi fra più Club



# 1.IL SERVICE: IDENTIFICAZIONE SECONDO IL CODICE DELLA MISSION



Essere Lions, prima di ogni altra cosa, prima di ogni altro interesse, significa essere disposti al Servizio



## MISSION:

Permettere ai volontari di servire la loro Comunità, soddisfare i bisogni umanitari, favorire la pace e promuovere la comprensione internazionale per mezzo dei Lions Clubs





# Il fulcro della mission è:

*PERMETTERE.... NOI DOBBIAMO FACILITARE, AIUTARE, AGEVOLARE I VOLONTARI AD AGIRE .*

*AD AGIRE NELLE PROPRIE COMUNITA'. ... ..ecco il service territoriale*

*A SODDISFARE I BISOGNI UMANITARI... ..ecco l'internazionalità dell' azione Lions*

*PROMUOVERE LA COMPRESIONE INTERNAZIONALE... .. La nostra azione è principalmente diretta al soccorso verso il bisognoso, senza minimamente curarsi del credo politico, della fede religiosa, del colore della pelle*

**LADDOVE VI E' IL BISOGNO  
I LIONS CI SONO.**



## 2. IL SERVICE NELL'ETICA LIONISTICA

*Dimostrare con l'eccellenza delle opere e la solerzia del lavoro, la serietà della vocazione al servire*

*Avere sempre presenti i doveri di cittadino verso la Patria, lo Stato, la comunità nella quale ciascuno vive*

*Prestare loro con lealtà sentimenti, opere, lavoro, tempo e denaro*

Tratto dal Codice dell'Etica - ottobre 1917





*.....E' inutile riepilogare ancora gli eventi passati in questi 104 anni. Li conosciamo ormai tutti, e tutti noi siamo consapevoli di come le molteplici forme dell'attività di servizio si siano adeguate e di come ancora si devono adeguare ...*

*Ciò che resta immutato, quindi  
**IMMANENTE** e perciò attinente alla  
categoria dell'**ETICA** è il*

**SERVICE**



IL SERVICE, DENOMINATORE COMUNE DEL LIONISMO  
INTERNAZIONALE

COME MIGLIORARE LA NOSTRA CAPACITÀ DI "SERVIRE" ?

COME AUMENTARE IL GRADO DI FIDELIZZAZIONE DEI SOCI  
AI CLUBS?

QUALI STRUMENTI ADOTTARE PER ATTRARRE NUOVI SOCI ?

*Io credo che ognuno di noi conosca la risposta.  
Quella risposta che ci rimanda appunto alla nostra MISSION ed  
al CODICE DELL'ETICA*

**E' IL SERVICE L'ELEMENTO VITALE DI  
AGGREGAZIONE.**



## ELEMENTI BASICI DELL'ASSOCIAZIONE

il Lions Clubs International è una Associazione i cui membri non sono i singoli Soci, bensì gli oltre 45.000 CLUB di 206 paesi del mondo.

Questa architettura associativa apre un bivio di non sempre facile percorribilità:

**-DA UN LATO VI È L'EVIDENZA CHE IL CLUB COSTITUISCE LA CELLULA DEL LIONISMO INTERNAZIONALE, ALLE CUI REGOLE, NORME, ORIENTAMENTI ED INDIRIZZI GENERALI, IL SINGOLO CLUB SI DEVE RAPPORTARE**

**-D'ALTRO LATO VI È L'INTERPRETAZIONE DEL CONCETTO DI AUTONOMIA DEL CLUB. IN NOME DI QUESTA AUTONOMIA, A VOLTE, PARE CHE I CLUBS (QUINDI I SINGOLI SOCI DEL LIONS CLUB INTERNATIONAL) AGISCANO QUASI COME IN UN RAPPORTO DI FRANCHISING CON L'ASSOCIAZIONE.**

**L'autonomia del Club non può essere intesa come  
totale affrancamento  
da ogni indirizzo e strategia generale  
del Lions Club International.**

# 4. IL SERVICE. PROGETTAZIONE, DISPOSIZIONE DEGLI STRUMENTI E DEI MEZZI.

## 4.1 PROPEDEUTICA AL PROGETTO

### 4.1.1 L'evoluzione del Service

1917->1960 Services di natura CARITATIVA

1960->1995 Services di natura PROPOSITIVA

### 4.1.2. L'individuazione dei bisogni

*La lettura dei dati sociali per definire i bisogni*

*La lettura degli aspetti evolutivi della Società costituisce la chiave di individuazione del service*





## 4.2. La progettazione del Service

### INDIVIDUAZIONE DELL'OGGETTO

*IL SERVICE  
TRADIZIONALE  
DI CLUB*

Sostanziale inefficienza rispetto al bisogno

Grande dispendio di energie

Dispersione di mezzi economici

Consolida i rapporti tra i Soci del Club

Restituisce visibilità al Club nel suo ambito

Radica il Club nel territorio





**LE  
CRITICHE**

*Agisce su temi di troppo vasta portata che neppure i Governi riescono ad affrontare*

*Tratta temi teorici mentre occorre fare SUBITO qualcosa*

**I LIMITI  
DELLA  
CRITICA**

*Non conoscenza della TERRIBILE forza dell'Associazione Unita*

*Male inteso concetto della autonomia del CLUB*





## 5. DISPOSIZIONE DEGLI STRUMENTI E DEI MEZZI, COLLABORAZIONE, SERVICES CONDIVISO FRA PIÙ CLUB

### 5.1. Disposizione degli strumenti e dei mezzi

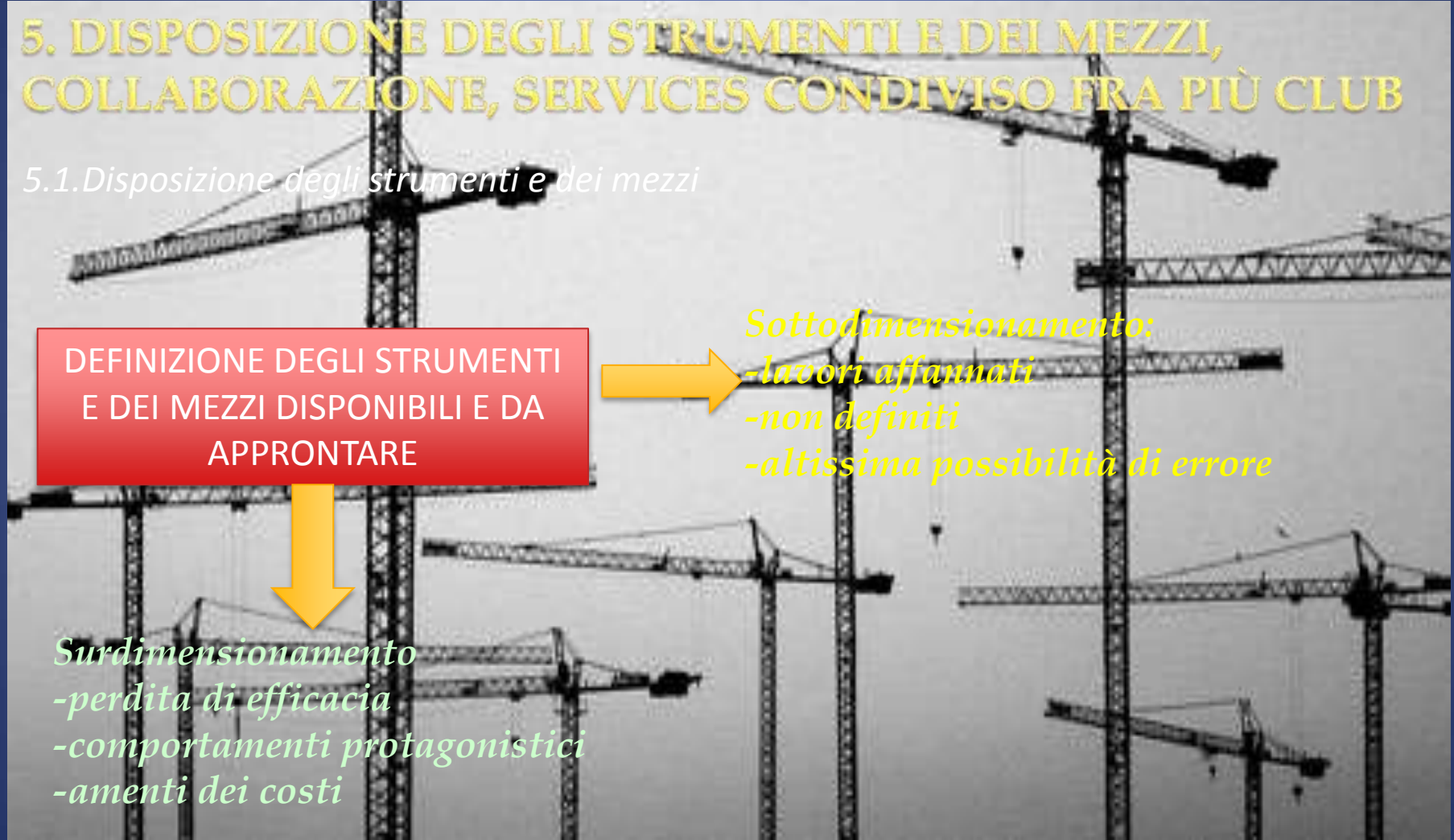
DEFINIZIONE DEGLI STRUMENTI E DEI MEZZI DISPONIBILI E DA APPRONTARE



*Sottodimensionamento:*  
-lavori affannati  
-non definiti  
-altissima possibilità di errore



*Surdimensionamento*  
-perdita di efficacia  
-comportamenti protagonisti  
-amenti dei costi





## 5. DISPOSIZIONE DEGLI STRUMENTI E DEI MEZZI, COLLABORAZIONE, SERVICES CONDIVISO FRA PIÙ CLUB

5.2. Collaborazione, services condivisi fra più clubs

LE DIMENSIONI DEL BISOGNO



COMPARTANO IL NETWORK



UTILIZZO AL MEGLIO DI RISORSE  
E COMPETENZE ORIENTATE AD  
UN RISULTATO COMUNE

SENSIBILE ED ACCORTA INDIVIDUAZIONE DEL SERVICE

PUBBLICIZZAZIONE DEL SERVICE PRESSO I CLUBS

VEICOLAZIONE DEI SERVICES SUI MEDIA

COINVOLGIMENTO DELLE ISTITUZIONI COME FACILITATORI DEL PROCESSO

DIREZIONE E CONDUZIONE DELLE VARIE FASI DEL SERVICE



## 6. CONCLUSIONI: *il rapporto tra service di Club e grande Service*

*E' POSSIBILE ED UTILE MANTENERE IL SERVICE DI CLUB*

**A CONDIZIONE CHE  
NON SIA L'UNICA ATTIVITA' DI  
SERVIZIO DEI CLUBS**

**INFATTI I LIMITI DEL SERVICE DI CLUB SONO:**

NON AFFRONTA I GRANDI PROBLEMI SOCIALI

CI INDUCE A CONFERIRE AD ALTRE ORGANIZZAZIONE LE NOSTRE RISORSE

CI ESCLUDE DAL COINVOLGIMENTO :

- DI GRANDI NUMERI DI PERSONE
- DELLE ISTITUZIONI
- DELLA STAMPA



DIMOSTRIAMO COSA SIGNIFICA ESSERE LIONS



INTERPRETANDO ED ANTICIPANDO I FENOMENI SOCIALI

ASSUMENDOCI LA LEADERSHIP



UTILIZZANDO LE NOSTRE RISORSE PER SERVICE NON  
PIU' DELEGATI AD ALTRI



**LA NOSTRA SOLA PAURA**

**SIA LA PAURA DI NON**

**VOLER OSARE.**

