

Lionismo

Anno XLVI n. 3, Gennaio - Febbraio 2020

Il salvadanaio LCIF a disposizione di chi è in difficoltà

**“We serve” è la chiave
per aprire la cassaforte
della nostra Fondazione**



**“Lions incisivi
nel volontariato”
Intervista al Direttore
de L’Unione Sarda**

**“Lionel” e “Liona”
Arrivano
dalla Finlandia
i profumi lions**

Lionismo

Bimestrale a cura dell'Associazione
Internazionale Lions Club Distretto 108L
gennaio-febbraio 2020, numero 3, anno XLVI

La rivista cura l'informazione sulle attività dei Lions al fine di diffondere l'idea lionistica nei campi del sociale, dell'economia, della scienza e in ogni campo di interesse delle Comunità in cui agiscono. In particolare un'informazione che metta in luce valori imprescindibili, per creare nel socio una maggiore consapevolezza dell'essere Lion.

Direttore editoriale: **Massimo Paggi**
Governatore 2019-2020

Direttore responsabile: **Mauro Bellachioma**
Vice Direttori: **Silverio Forteleoni**

Quintino Mezzoprete

Caporedattori: **Carlo Patatu, Roberto Tamburi**

Direttore amministrativo: **Federico Alesiani**

Segretario amministrativo: **Federico Berti**

In redazione: Norberto Cacciaglia (opinionista), Sergio Fedro, Sissi Palmieri, Renato Palumbo (opinionista), Giampiero Peddis (opinionista), Arianna Perna, Marco Rettighieri (opinionista), Giuseppe Tito Sechi, Maria Carmelita Uccellini

Hanno inoltre collaborato a questo numero:

Dilce Adanti, Luisa Angelini Paroli, Vito Betti, Raffaele Bogliolo, Maria Rita Chiassai, Spartaco Gabellini, Piero Labate, Marta Minciotti, Cesare Morgia, Francesco Pira, Cassandra Piras, Leda Puppa, Aurora Purilli, Aurora Santagata, Debora Siena, Gianni Tamponi, Berardino Zoina

Grafica e impaginazione: ali&no editrice (PG)

Stampa: Antoniana Grafiche srl – Morlupo (RM)

La rivista Lionismo è l'organo di stampa del Lions Clubs International Distretto 108L.

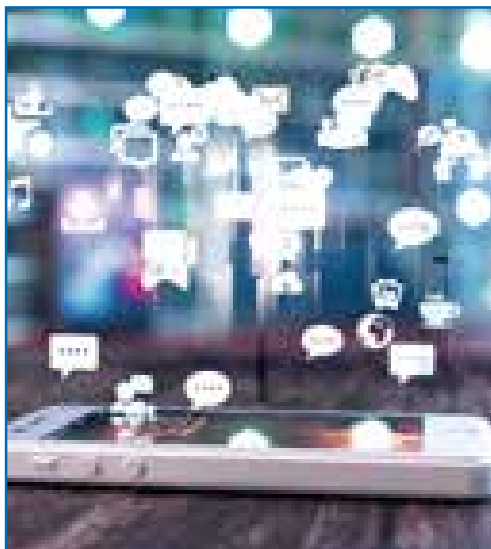
Redazione: Corso Italia 83 - Roma

Gli articoli pubblicati rispecchiano il pensiero degli autori e non necessariamente quello della redazione.

Si ringraziano i soci che inviano articoli e che saranno pubblicati, se rispondenti alla linea editoriale, in ordine alla data di arrivo. A tal fine, si richiede ai soci di voler concordare le caratteristiche dell'articolo con la redazione al fine di facilitare l'attività di definizione del menabò. Si raccomanda inoltre di inviare testi originali e mai pubblicati a stampa o sul web anche se dello stesso autore. Inviare i testi in formato Word a m.bellachioma@alice.it oppure a mau.bellachioma@gmail.com, articoli e foto ricevuti non vengono restituiti anche se non pubblicati. La direzione si riserva il diritto di eseguire sui testi pervenuti interventi formali, anche di riduzione, per migliorarne la leggibilità nonché decidere in quale rubrica posizionare l'articolo. Il testo deve essere conciso, non deve contenere sottolineature, grassetti e parole in maiuscolo. La lunghezza degli scritti non può superare le 5.500 battute (spazi inclusi) e dovrà comunque essere di volta in volta concordata con il direttore. Ogni testo dovrà avere un titolo e un breve sottotitolo ed essere accompagnato da foto in JPEG con risoluzione non inferiore a 300 dpi e grandezza non inferiore a 10 cm. Per la rubrica "Lettere a Lionismo" le mail vanno inviate all'indirizzo di posta elettronica mau.bellachioma@gmail.com.

Tutti gli articoli devono pervenire in redazione entro e non oltre il giorno 5 del mese antecedente l'uscita della rivista.

*Questo numero è stato chiuso in redazione
il 15 febbraio 2020*



La navigazione in Rete comporta insidie e trappole, ma si pone come valido strumento di comunicazione che anche noi lions dobbiamo usare correttamente

(a pagina 28)

- | | | | |
|-----------|--|--------------|--|
| 01 | Dessi: "Nel volontariato incisivo il ruolo dei Lions"
di Mauro Bellachioma | 23 | Arriva dalla Finlandia il profumo Lions che troveremo alla prossima Convention
di Sissi Palmieri |
| 05 | Il service, parola magica che spesso si presta a interpretazioni arbitrarie
di Massimo Paggi | 27 | La comunicazione nazionale tra conferme e tante novità
di Mauro Bianchi |
| 06 | Il rendimento dei service ai fini del bilancio sociale di missione
di Quintino Mezzoprete | 28 | Utilizzare bene Internet è quasi un dovere per i Lions
di Roberto Tamburi |
| 07 | Soci in calo, campanello d'allarme
di Silverio Forteleoni | 30 | Immortaliamo il cibo, gode l'occhio ma non il palato
di Francesco Pira |
| 09 | Il grido dei club in sofferenza
di Carlo Patatu | 31 | Tasse e servizi, binomio imprescindibile ma l'esperienza dice che non è sempre così
di Silverio Forteleoni |
| 10 | Il bisogno della corretta formazione in un contesto che cambia di continuo
di Leda Puppa | 32 | La lotta all'evasione fiscale una delle chiavi di volta per il rilancio dell'Italia
di Gianni Tamponi |
| 11 | Il "salvadaiaio" più grande del mondo raccontato nel convegno sulla LCIF | 34 | L'AILD in campo per addestrare i cani che intercetteranno il diabete
di Piero Labate |
| 14 | Ecco la comunicazione che vorrei
di Marco Rettighieri | 35 | "Pre Leo Europa Forum" Incontro tra service e culture
di Arianna Perna |
| 17 | Smaltire i rifiuti rispettando l'ambiente
di Renato Palumbo | 37 | Scambi giovanili, un'immersione nella cultura e nel lionismo
di Aurora Purilli |
| 19 | Autonomie regionali, la legge divide
di Sergio Fedro | 38-48 | Vita da club |
| 21 | A proposito di formazione e di cambiamento...
di Giampiero Peddis | | |

Registrazione al tribunale di Roma n° 198 del 18 ottobre 2016.

Iscrizione al R.O.C. n° 10853 del 29/11/2004.

La rivista viene inviata in abbonamento (€ 2,50) a tutti i soci Lions del Distretto 108L (Lazio, Sardegna e Umbria)

DESSÌ: “NEL VOLONTARIATO INCISIVO IL RUOLO DEI LIONS”

Gli elogi del Direttore dell'Unione Sarda: “C'è bisogno di persone come voi laddove lo Stato è carente”. Sotto la lente d'ingrandimento del giornalista anche ambiente, giovani, salute, scuola, social, fake news. Con occhio attento alle grandi sfide mondiali e ai bisogni del futuro



Emanuele Dessì
durante
un dibattito
elettorale
a “Videolina”



di
**MAURO
BELLACHIOMA**
Direttore responsabile
di Lionismo

Con questo numero di Lionismo prende il via la serie di interviste che il nostro bimestrale riserverà a direttori di testate giornalistiche, personalità del mondo politico e istituzionale, imprenditori, mecenati, figure di rilievo della società civile.

Ci rivolgeremo a chi, per prestigio e notorietà, è in grado di influenzare positivamente l'opinione pubblica, soprattutto in campo sociale. Le interviste affronteranno i temi propri dei valori lionistici: la salute, l'ambiente, i giovani, la scuola e la formazione, il volontariato e la solidarietà, senza tralasciare le varie problematiche che coinvolgono da vicino le nostre realtà, tra cui

l'informazione e la comunicazione e il loro scadimento nelle fake news.

Il primo appuntamento è con Emanuele Dessì, Direttore responsabile de L'Unione Sarda, lo storico quotidiano che comprende anche le emittenti regionali Videolina e Radiolina. Dessì, 55 anni, ha cominciato a collaborare giovanissimo all'Unione in cui ha svolto anche il ruolo di capo servizio dell'Economia; dal 2010 dirige inoltre il telegiornale di Videolina, dove conduce con successo da oltre vent'anni la trasmissione “Sardegna Verde”.

Direttore, lo Stato e le istituzioni hanno sempre maggiori difficoltà, so-

prattutto economiche, a far fronte alle problematiche sociali. Secondo lei qual è il ruolo del volontariato?

“Determinante. Lo Stato da troppo tempo si trincerava dietro il paravento delle spese pubbliche, un alibi che nasconde le troppe falle nell’organizzazione dei servizi. Un problema, per così dire, trasversale, nel senso che non assolve alcuna parte politica. Dall’ordine pubblico alla protezione civile, dalla cultura allo sport. Ma c’è una parola che forse sintetizza tutto, ed è ‘sociale’, ovvero la nostra società a 360 gradi, il campo d’azione del volontariato. Lo Stato ha provato a dare i numeri – 5 e 8 per mille – in tempi recenti, ma non è riuscito non solo a dare la giusta attenzione economica al volontariato, ma nemmeno il giusto riconoscimento politico”.

Ambiente, comunità, giovani, salute e scuola/formazione sono le grandi sfide mondiali dei Lions. Quali ritiene più urgenti a livello nazionale, ma soprattutto nell’area che interessa le nostre regioni, Sardegna, Lazio e Umbria?

“Difficile indicarne una in particolare. Se vogliamo partire dalla salute, allora va detto subito che persino in un Paese... civile come l’Italia continuiamo ad avere un’offerta dei servizi sanitari differente tra un territorio e l’altro. Certo, non si deve avere la pretesa che tutto sia un’eccellenza, ma, nei nostri territori, nelle regioni di

cui parliamo, il cittadino ha spesso la sensazione di essere nato nel posto sbagliato. L’azione dei Lions, non a caso, è andata spesso nella direzione di offrire un contributo ai pazienti e alle famiglie. In termini di attrezzature ospedaliere o di strutture di accoglienza. L’ambiente? Al di là di estremismi che non aiutano mai la causa, il tema è centrale. Cultura dell’ambiente, è il mio pensiero, significa dare un futuro al nostro mondo (anche a quello dietro casa), nella consapevolezza però che l’ambiente è anche una risorsa che deve dare risposte economiche ai nostri figli, ai nostri nipoti, alle generazioni che verranno. Mi sia concesso un esempio pratico. La Sardegna dovrà spegnere entro il 2025 le sue centrali a carbone, ma non ci sono fonti energetiche alternative. Serve una proroga, pianificando il futuro. E ricordando che la Francia continua a marciare con le centrali nucleari, senza porsi tanti problemi. Non si salva l’ambiente con gli slogan. Alla scuola e in generale al sistema della formazione è affidato un compito determinante, preparare quei giovani che dovranno accompagnare il futuro del nostro Pianeta. Con fermezza, ma anche con buonsenso”.

L’informazione è un formidabile strumento di libertà che aiuta a capire la realtà e a formare il senso critico. Quanto è difficile per un giornalista essere esauriente e imparziale nell’espone i fatti?

La “riunione di redazione” di mezzogiorno de L’Unione Sarda, con il direttore e tutti i responsabili dei vari settori del giornale. In occasione della recente festa per i 130 anni del quotidiano (13 ottobre 2019), la riunione è stata aperta al pubblico





13 ottobre 2018, Emanuele Dessi con alcuni colleghi in occasione del primo numero con la nuova grafica

“Nel nostro Paese ci sono tante testate giornalistiche indipendenti sulla carta. Interessi più economici che politici finiscono per condizionare chi scrive. Certo è che la pluralità di fonti informative mette ciascuno di noi nelle condizioni di scegliere cosa leggere o cosa ascoltare in tv o alla radio. Ecco perché equilibrio e correttezza fanno la differenza quando c'è qualcuno che deve scegliere. Nel complesso, credo che la qualità dell'informazione in Italia sia buona”.

Il proliferare di notizie sui social fa bene o male all'informazione?

“I social sono diventati uno straordinario sistema di informazione, soprattutto per i giovani. Anche le testate giornalistiche tradizionali – compresa la nostra – ne colgono l'importanza, rilanciando testi, foto e video delle notizie trattate. Il problema è l'abuso che viene fatto dei social network. L'informazione per così dire certificata, affidata alle testate registra-

Emanuele Dessi in onda a "Radiolina"



te in Tribunale e che quindi rispondono penalmente del loro operato, ha il valore aggiunto dell'attendibilità. Ma, nel mare magnum dei social, circola di tutto. E per l'utente, soprattutto per i giovani, viene difficile cogliere le differenze. Le fake news sono un'emergenza. Da combattere”.

A proposito di fake news come le combatte L'Unione Sarda?

“L'Unione Sarda, come tutti i giornali che possono contare su professionisti dell'informazione, è sempre attento alla verifica delle fonti. Dove non arriviamo noi con la nostra redazione, possiamo contare sul supporto delle agenzie di stampa. Diciamo che l'informazione, ripeto, certificata, può rappresentare un argine per le fake news”.

Giornali cartacei o giornali on line?

“Gli uni e gli altri. Voglio essere ottimista: c'è lo spazio per convivere. Ma è innegabile che il nostro mondo sia stato stravolto negli ultimi vent'anni dal web. Negli anni '70 c'era una canzone che diceva che la tv avrebbe cancellato la radio. Così non è stato. Per i giornali cartacei il discorso è diverso. Tutto ormai passa attraverso lo smartphone. Tutti i quotidiani hanno la loro versione online e moltissimi contenuti sono ancora free. Ecco perché molti lettori non sentono più l'esigenza di fare un salto in edicola. Si dovrà trovare un equilibrio. Al New York Times, cito un esempio cui tutti guardiamo, ci stanno riuscendo. Ma il giornale di carta è un prodotto, me lo faccia dire, di nicchia. Di eccellenza. Una casa, una scrivania senza giornali è come una libreria senza libri. Triste. E noi non dobbiamo esserlo”.

Un augurio per il prossimo futuro. Dal suo osservatorio privilegiato, di che cosa abbiamo più bisogno?

“Abbiamo bisogno di una classe dirigente che si proponga con programmi chiari e realizzabili. E che si impegni con coerenza nel perseguirli. E abbiamo bisogno di persone, come i Lions, che abbiano ancora il desiderio di dedicare tempo e passione a un obiettivo: un mondo migliore. Anche quello dei nostri paesi, delle nostre città. Non ci sarebbe la globalizzazione se non esistessero i territori. I nostri”. **L**

19 aprile



**Lions Clubs
International**

Distretto 108 L

LIONS Day 2020

**Insieme
PER SERVIRE
VITERBO, CAGLIARI
FOLIGNO**



MD108ITALY



IL SERVICE, PAROLA MAGICA CHE SPESSO SI PRESTA A INTERPRETAZIONI ARBITRARIE

L'azione dei lions non va dispersa con iniziative fini a se stesse ma indirizzata alla trattazione di problemi che agitano la nostra comunità



Nel mondo dei lions è di uso comune un'espressione lessicale dal sapore quasi trascendente: il service. Parlare di service porta inevitabilmente a riflettere sul significato profondo di questo termine e, di conseguenza, a interpretarne e pensarne modalità organizzative, storia e consuetudini inerenti a questa che è e vuole essere l'attività fondante della nostra Associazione.

Il codice etico e gli scopi qualificano il LCI come associazione di volontariato e di servizio che persegue l'obiettivo di operare proficuamente nella difesa dei diritti e degli interessi comuni. We Serve dovrebbe significare, non guardare ai particolarismi o alle propensioni personali e comunque di parte, ma ai grandi temi che investono la comunità in generale, ossia la società nelle sue molteplici e diverse articolazioni. Il service è la rappresentazione plastica del dare concretezza ai principi etici mediante l'attuazione pratica degli scopi del lionismo.

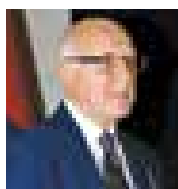
Non di attività secondaria e facoltativa

si tratta, ma di preciso dovere statutario, che è pure elemento di giudizio per valutare la capacità che il singolo lion manifesta nella comprensione delle problematiche che agitano la comunità e nella scelta delle strategie programmando e realizzando. L'attività prevista dal service può essere rivolta all'interno o all'esterno dell'Associazione. All'interno con interventi volti a dare risposte al corpo associativo; all'esterno puntando a cogliere esigenze e istanze diffuse manifestatesi nel contesto sociale in cui viviamo.

Pare ovvio rimarcare che, dopo cento anni di vita del lionismo, non pare più lecito considerare come service veri e propri una gita sociale, un ballo di carnevale o una conferenza, ancorché dotta, fine a se stessa o solo nozionistica, come accade di constatare. Per non parlare dei nostri incontri così come spesso sono promossi e articolati; e cioè seguendo modalità che poco si attagliano a un lionismo come questo italiano, che vuole invece essere moderno, se non all'avanguardia. Un lionismo che non si limita più alla sola beneficenza, ma che privilegia la promozione dei grandi temi ideali, come la solidarietà, la sussidiarietà e la cittadinanza attiva.

A causa di un malinteso senso dell'autonomia, capita spesso che i club tendano a smarcarsi dall'obbligo di attivarsi per mettere in pratica programmi e service deliberati in ambito distrettuale e multidistrettuale, trattandosi di attività che offrono ai singoli sodalizi l'opportunità di espandere positivamente la propria immagine nell'area di attuazione di un progetto comune.

Non sempre cantare fuori dal coro produce effetti positivi; non a caso Menenio Agrippa è divenuto famoso per il suo celebre apologo. **L**



di
**MASSIMO
PAGGI**
Governatore
Distretto 108L

IL RENDIMENTO DEI SERVICE AI FINI DEL BILANCIO SOCIALE DI MISSIONE

Nella scelta è opportuno ponderare bene la natura del service e le modalità dello sviluppo poiché può variare il grado di utilità, traducibile in maggiore o minore numero di persone raggiungibili con l'attività di servizio ai fini degli obiettivi fissati dall'LCI Forward

La capacità che ha un bene o un service di soddisfare un bisogno umanitario si definisce "utilità". Questa capacità è un concetto appartenente all'economia politica ed è stata oggetto di approfonditi studi da parte di illustri economisti fin dal diciottesimo secolo (Bernoulli, Bentham, Dupuit). Concentrando l'analisi sullo svolgimento di un servizio si può osservare che, in fase di sviluppo dell'attività, in molti tipi di intervento è possibile suddividere l'azione in fasi progressive (Dosi).

La soddisfazione dei bisogni e quindi l'incremento del livello di utilità è determinato dalla sommatoria degli incrementi delle porzioni di servizio via via prestati, definendo quindi utilità "marginale" l'utilità dell'ultima fase o dose del servizio svolto.

L'utilità marginale è decrescente.

Se un individuo ha sete, il primo bicchiere d'acqua che gli somministriamo ha un'utilità altissima, ma il rendimento della nostra azione di servizio va diminuendo a ogni bicchiere d'acqua che forniamo fino ad arrivare al punto di saturazione oltre il quale il bene fornito, e quindi l'attività di servizio, diviene addirittura tossica.

Di ciò se ne può fare anche una rappresentazione matematica con una funzione in cui l'utilità marginale è rappresentata dalla derivata parziale rispetto alla porzione precedente.

La funzione di utilità è monotona.

Il "rendimento" del service, e quindi dell'impegno lionistico, varia a seconda della natura del service e del tipo di bisogno umanitario, ma varia anche dallo svol-

gimento, dal modo di operare. Anche in questo caso è applicabile il principio edonistico, concretizzabile nel raggiungimento del massimo scopo con il minimo mezzo, ovviamente non riferito al profitto economico, ma al numero delle persone servite, di quei 200 milioni fissati come ambito obiettivo da LCI Forward.



I Service possono essere a fecondità semplice, quando si esauriscono con una sola realizzazione, oppure a fecondità ripetuta. Non è detto che quelli a fecondità ripetuta siano i più "redditizi" anche se, esternandosi più volte, possono essere apprezzabili ai fini della visibilità dell'azione lionistica.

Possono essere surrogabili o non surrogabili, a seconda della natura e del tipo di bisogno umanitario.

Ovviamente nello spirito lionistico è sempre più opportuno indirizzare la scelta su service praticabili a monte del bisogno umanitario, nella convinzione che l'esigenza umanitaria è meglio prevenirla con azioni concrete.

Quando concretizziamo un service di un bene materiale dobbiamo sempre fare in modo che sia eseguito con ottimi prodotti, che sia in ottimo stato e conservabile nel tempo, perché lì c'è la nostra immagine e dell'Associazione Lions Club International, il frutto del nostro lavoro. **L**



di
**QUINTINO
MEZZOPRETE**
1° VDG
Distretto 108L

SOCI IN CALO, CAMPANELLO D'ALLARME

I dati fotografano la crisi dell'associazionismo in Italia Ma nei club esistono le risposte per continuare il servizio



Lil bicchiere mezzo pieno o mezzo vuoto è l'unità di misura per capire se si è ottimisti o pessimisti. È la chiave di lettura di situazioni che portano a prevedere momenti potenzialmente positivi o negativi.

Anche noi lions abbiamo il famoso bicchiere mezzo pieno o mezzo vuoto. Parlo del calo associativo che tanto preoccupa, visto come un campanello d'allarme per il futuro stesso della nostra Associazione.

Negli ultimi anni nel nostro distretto si è registrato un calo di circa 500 soci partendo da una situazione che, anche se forzatamente, era arrivata alle 4.000 unità, con una perdita secca del 12,5%. Un dato che fa pensare, ma da valutare sotto diversi punti di vista.

La netta perdita di soci va analizzata, tra le altre cose, anche come logica conseguenza del momento storico che l'Italia sta vivendo e che non induce a facili entusiasmi. La crisi economica perdurante ha inciso non poco sulla situazione finanziaria di tanti soci che hanno dovuto abbandonare per la sempre maggiore difficoltà

a far fronte alle quote sociali e ai costi di frequenza. Certamente tra le partite IVA polverizzate diverse appartenevano ad amici lions. Questo è un punto di vista che però non riguarda criticità associative, ma un momento di difficoltà a far fronte a impegni presi.

Un altro aspetto è dato dalla crisi dei valori che non solo stanno calando... stanno precipitando. E noi facciamo dei valori proprio uno dei nostri punti di forza.

C'è poi da valutare anche la crisi dell'associazionismo nelle sue forme più varie. Tante altre associazioni simili a noi stanno avendo cali ben più consistenti di quelli che sopportiamo noi. Un tempo eravamo tanto più forti, ma anche tanto più soli per cui l'agire concretamente ci risultava più facile. Cosa che oggi diviene difficoltosa per la giungla di iniziative terze che operano in campi che una volta erano i nostri, quasi in esclusiva. Basti guardare la tv, dove orde di onlus elemosinano quote e chiedono soldi senza sosta. Tutte cose benefiche che si occupano come noi di problemi reali, ma il rischio che la piazza sia inflazionata è concreto.

Sul disamoramento non bastano poche righe per fare un'analisi che, però, trova radici nelle affrettate immissioni che comportano altrettanto affrettate dimissioni. Ma questo argomento merita un discorso a parte.

Un altro aspetto del calo associativo è dato dalla visibilità che riusciamo a conseguire. Non si possono dare cure perché il problema è quasi sempre locale. Quando un club, o un territorio, agisce con concretezza con risultati altrettanto concreti ed effettivamente incide sulle comunità servite, il ritorno è assicurato, sia in visibilità che in considerazione. Quando ciò non avviene e ci si limita al semplice convegno o, peggio ancora, parlarci addosso in qualche conviviale, senza coinvolgere il mondo



di
**SILVERIO
FORTELEONI**

**2° VDG
Distretto 108L**

esterno, è ovvio che i risultati non vadano neppure commentati.

Ciò che ci rende più appetibili è quanto si realizza a livello mondiale con una cassa di risonanza notevole e con risultati che ci inorgogliscono. Parliamo di Sight First, di morbillo e di diabete, e di tanto altro ancora. Abbiamo fatto tanto, ma siamo sicuri che l'eco delle nostre imprese sia arrivato ovunque? Non credo.

Questa è un'analisi molto elementare che ha poca rilevanza ma, se crescita si deve avere, essa non può che passare attraverso i club che, da soli, debbono attivarsi per rimpolpare le schiere di soci sempre in calo con il rischio che la fretta non sia una buona consigliera. Infatti il pericolo è puntare al numero più che alla qualità. La risposta che ci viene sempre data è quella di accomunare il numero con la qualità: come se fosse facile!

Quindi, siamo in crisi o no? La risposta è, come sempre, nei numeri. Pensiamo ai 3.500 soci che conta il nostro distretto. È un numero importante, solido e con ampie garanzie di poter fare bene e del bene. E se noi, anziché impegnarci solo per trovare nuovi adepti, ci guardassimo all'interno dei nostri club? Quanti soci abbiamo che, pur pagando regolarmente le quote, poco o nulla si vedono e altrettanto poco o nulla producono? Di certo è una notevole percentuale se è vero come è vero che pochi sono i club dove si lavora all'unisono. Spesso c'è uno zoccolo duro che svolge il lavoro, sopportando la fatica e la sopravvivenza del club stesso. Ci sono poi club, per fortuna rari, gestiti da padri padroni che tutto vedono, tutto controllano, tutto decidono: club già morti, anche se ancora non lo sanno. In questo caso l'aumento del numero dei soci darebbe risultati marginali.

Infine, un messaggio di serenità, allontanando allarmismi e visioni di futuri catastrofici.

Bene la costante ricerca di energie nuove e nuovi soci, ma non tralasciamo di guardare all'interno dei club quante forze inespresse vivono ai margini del nostro associazionismo senza

peraltro farne parte attivamente. Se sono stati accettati e immessi nel club, e se loro stessi hanno accettato di farne parte, significa che si credeva in loro e nello loro potenzialità. Allora sarà utile pensare a rifondare i nostri club portando allo scoperto situazioni dormienti che potrebbero dare piacevoli sorprese e permetterci di tirare il fiato.

Il discorso è semplicistico, me ne rendo conto. Le difficoltà ci sono e sono evidenti perché situazioni fossilizzate da anni non sono facili da risolvere, e la ricetta è una sola: pazienza, costanza, coraggio e volontà. Non avremo risolto il problema, ma avremo sicuramente fatto quei passi avanti che ci permetterebbero di guardare al futuro con maggiore fiducia.

Per cui continuiamo ad agire, a produrre service, senza perdere di vista la crescita che sarà pure importante, ma non è lo scopo principale per il quale abbiamo appuntato quel distintivo che ci inorgoglisce.

Perciò il bicchiere è mezzo pieno o mezzo vuoto? Forse sarebbe sufficiente vedere il bicchiere per quello che è: un bicchiere pieno a metà, curando che il livello possa salire, ma non sottovalutando il mezzo pieno, punto di partenza per non disperdere un secolo e passa di disponibilità, di attività e di servizio. **L**



IL GRIDO DEI CLUB IN SOFFERENZA

In ambito nazionale, il saldo dei soci in entrata e in uscita è in rosso ormai da anni. Vogliamo discuterne seriamente?



All'ultima assemblea della VII Circoscrizione, il presidente di un club con quasi 40 anni di vita ha lanciato un grido di dolore: il suo club è in agonia. Non riesce ad attrarre giovani per rimpiazzare chi lascia. Quel grido non ha sorpreso più di tanto i presenti, trattandosi di un macigno che, in ambito nazionale, ci sentiamo addosso da tempo. Dati alla mano, da cinque anni il saldo multidistrettuale fra soci in entrata e in uscita è negativo. Pertanto quel grido di dolore non dovrebbe essere isolato.

Mi chiedo: il lionismo va perdendo fascino? O non sappiamo parlare ai giovani e coinvolgerli nelle nostre pur benemerite iniziative? Eppure le attività che portiamo a compimento sono molteplici e d'interesse notevole sotto il profilo socio-culturale.

Da poco si è celebrata a Padova la Festa del Volontariato. Il Presidente della Repubblica vi ha partecipato di persona, per esprimere la gratitudine della Nazio-

ne agli oltre sei milioni di volontari che operano in silenzio e con serietà in migliaia di associazioni. Fra queste il Lions International, presente alla manifestazione. Un esercito di sodalizi, per lo più in crescita e in buona salute, i quali arrivano là dove lo Stato è carente. Per aiutare, incoraggiare, assistere. E non solo sul versante economico.

Ma allora, perché i lions in Italia non crescono? Perché i club continuano a perdere terreno e non riescono a pareggiare i conti fra chi entra e chi esce? Me lo chiedo, ma non so darvi una risposta esaustiva. Si tratta di una domanda che dovremmo porci tutti, per chiamare i soci a discuterne a ogni livello, partendo ovviamente dai club. So che, in passato, si è tentato di svolgere un'indagine che mirava a rilevare lo star bene dei singoli all'interno dell'Associazione. Ma l'iniziativa è morta sul nascere e non ha prodotto effetti pratici.

Probabilmente noi soffriamo per un apparato invadente che ci bersaglia da più parti per sollecitare questo o quel progetto. Di sicuro le nostre assemblee diventano tanto più dispersive e ripetitive quanto più cresce il loro grado. Gli ordini del giorno si replicano con "monotono languore": saluti in sovrappiù, relazioni tediose di officer di club, zona, circoscrizione e via di seguito producono disinteresse e noia nell'uditorio. Pecchiamo di autoreferenzialità, per cui ce la suoniamo e ce la balliamo da soli.

Chiudo proponendo di farci carico di discutere a fondo e in tutte le sedi di questo problema ormai annoso. Per individuarne le cause, prima che sia troppo tardi. **L**



di
**CARLO
PATATU**
Caporedattore
di *Lionismo*

IL BISOGNO DELLA CORRETTA FORMAZIONE IN UN CONTESTO CHE CAMBIA DI CONTINUO

A tutti i livelli è indispensabile per una costante crescita dei soci perché siano preparati ai diversi incarichi associativi

Reduce dal corso di Madrid sulla leadership (del quale ho avuto modo di parlare nel precedente numero della rivista), grazie al quale ho sperimentato nuove vie per la gestione della formazione, mi sono chiesta cosa serva ai soci per migliorare la loro capacità di servire.

Mentre in tutte le strutture operative la formazione è una risorsa, da noi questo strumento è tabù; eppure, essere formati significa essere posti in grado di ricordare il passato per affrontare il futuro associativo e, soprattutto, di essere preparati a ricoprire incarichi sempre più importanti nelle funzioni amministrative e organizzative dell'Associazione.

Al nuovo socio la formazione - intesa come insegnamento - non dovrebbe servire; infatti, prima dell'investitura si presume che abbia frequentato il club e seguito il proprio padrino e, dopo la sua affiliazione, avrebbe bisogno solo di maggiori informazioni per essere aggiornato su quanto avviene e quanto è programmato ai vari livelli associativi.

Tuttavia, un corso base personalizzato, che gli fornisca un po' di storia, gli spieghi gli scopi e gli illustri il codice etico dei Lions, potrebbe essergli utile.

Ma dove la formazione è necessaria e deve essere erogata con gli strumenti e le modalità più avanzate è nel campo della leadership, sempre più basilare se vogliamo disporre di soci preparati a servire come officer ed essere proiettati ad assumere oneri più complessi.

Da qui l'invito ai club a orientarsi al futuro e cominciare a selezionare i soci, non solo preparati professionalmente, ma soprattutto disponibili a impegnarsi nelle attività di club - Presidente, Segretario, Tesoriere, Cerimoniere, Informatico - per



essere indirizzati a quelle distrettuali, multidistrettuali e internazionali.

In tempi che ormai cambiano con velocità impressionanti, restare inchiodati ai periodi aurei del passato equivale a indietreggiare nei periodi più bui; non tutti i soci sono pronti a ridurre il loro tempo libero ma, se riusciamo a invogliarli con nuove prospettive e nuovi strumenti, molto probabilmente troveranno soddisfazione nell'accettare nuove sfide: soci più formati, informati e aggiornati per servire più responsabilmente le comunità che hanno bisogno di loro. **L**

La formazione è indispensabile a tutti i livelli



di
LEDA PUPPA
IPDG
Distretto 108L

IL “SALVADANAIO” PIÙ GRANDE DEL MONDO RACCONTATO NEL CONVEGNO SULLA LCIF

Due relatori d’eccellenza, Sandro Castellana e Alberto Soci, svelano i segreti della Fondazione Coinvolti club Lions di Lazio, Umbria e Sardegna Massiccia l’adesione, presenti anche i Leo



Il tavolo della presidenza

La nostra Fondazione è una realtà effettiva alla quale possiamo rivolgerci per realizzare progetti di service; ma non tutti i club lo fanno nonostante ne abbiano necessità, ma molto più semplicemente perché non sanno che questa realtà esiste o non sanno come attingervi.

Con questa consapevolezza, il Coordinatore del Team distrettuale LCIF, Cesare Morgia, ha promosso un convegno ad ampio raggio, coinvolgendo tutti i club di Lazio, Umbria e Sardegna, per divulgare l’azione della Fondazione e indicare ai club le modalità per realizzare service di rilevante impatto sociale con il sostegno di LCIF.

Cesare Morgia è partito dalla considerazione che, in questi ultimi dieci anni, il nostro Distretto ha ricevuto dalla Fondazione molto più di quanto non abbia versato e da qui ha tratto ispirazione per divulgare le finalità e i risultati ottenuti da LCIF nel mondo, in Italia e nel nostro Distretto, affinché tutti i club ne fossero edotti e prevedessero, nel piano dei service, di destinare una parte dei fondi alla LCIF e ricorressero alla Fondazione per realizzare service rilevanti.

A CURA DELLA REDAZIONE

Il convegno è stato progettato e organizzato dai club Calangianus, Campagnano Mazzano Romano, Roma Pantheon e Tivoli d’Este Guidonia e vi hanno aderito 114 Lions Club e 4 Leo Club.

Il tema era particolarmente invitante perché raffigurava la Fondazione come un grande salvadanaio e spiegava ai soci come usufruire dei risparmi che in esso affluiscono da tutto il mondo.

Su questo tema erano incentrate due relazioni: la prima, “Abbiamo una cassaforte che si apre solo per chi si trova in difficoltà”, impostata per illustrare la storia e i risultati della Fondazione e, la seconda, “Forniamo ai club la combinazione per aprire la cassaforte”, per indirizzare i club a progettare service di rilevante impatto sociale, attingendo al finanziamento della Fondazione.

La sintesi delle due relazioni avrebbe spinto i club, così com’è avvenuto, a finanziare la Fondazione per creare un circuito virtuoso in base al quale chi ha di più è tenuto a donare di più.

Sono stati invitati a relazionare due eminenti autorità lionistiche:

- Sandro Castellana, Past Direttore Internazionale, Consigliere e Segretario esecutivo internazionale LCIF, Group Leader;
- Alberto Soci, Immediato Past Presidente del Consiglio dei Governatori e Membro della Commissione internazionale per la gestione dei dati e privacy.

“Abbiamo una cassaforte che si apre solo per chi si trova in difficoltà”

Sandro Castellana, con l’autorevolezza che gli proviene dall’alto incarico che ri-

copre nel Consiglio di Amministrazione internazionale della LCIF e con l'abituale capacità di coinvolgere l'uditorio, ha esordito dicendo che Melvin Jones, fondatore dell'Associazione, non sentì il bisogno di una fondazione per svolgere le attività di servizio in quanto ogni club contribuiva con le proprie risorse a soddisfare i bisogni della comunità sulla quale insisteva.

Col tempo tuttavia la comunità si era notevolmente espansa e le esigenze si erano allargate a livello nazionale e internazionale per cui, nel 1968, fu istituito un ente con l'obiettivo di sostenere programmi e iniziative in tutto il mondo per svolgere servizi umanitari; dal 1980 questo ente ha preso il nome di Lions Clubs International Foundation.

Da allora la Fondazione persegue la missione di "sostenere l'impegno dei Lions Club e dei partner nel servire le comunità locali e globali, donare speranza e cambiare le vite tramite progetti di service e sussidi umanitari".

Oggi la Fondazione fornisce contributi economici per progetti di larga scala, che incidano notevolmente sulle comunità e generino bisogni che le istituzioni non siano in grado di soddisfare.

In cinquant'anni di attività, la Fondazione ha distribuito in tutto il mondo – soprattutto nei paesi più poveri – oltre un miliardo di dollari, per un totale di oltre 13.000 sussidi, ampiamente illustrati nella relazione di Sandro Castellana.

Occorre sottolineare che la Fondazione è sostenuta solo da donazioni – provenienti da fonti interne ed esterne ai Lions – e tutte le donazioni sono impiegate interamente nei progetti; infatti i costi amministrativi, che incidono nella percentuale dell'8,7%, sono coperti dal reddito prodotto dagli investimenti del capitale e non dalle donazioni.

Oggi la Fondazione è impegnata nella conduzione della "Campagna 100", con l'obiettivo di raccogliere 300 milioni di dollari entro il 30 giugno 2021 per servire più di 200 milioni di persone.

"Forniamo ai club la combinazione per aprire la cassaforte"

Alberto Soci, profondo conoscitore della vita di club e delle ricadute positive che



la LCIF ha prodotto sui progetti di service, ha saputo motivare i partecipanti partendo dal concetto che gli interventi della Fondazione sono indirizzati a quattro famiglie di progetti: la vista, i disastri, i giovani e i bisogni umanitari.

La vista è sempre stato il principale campo di azione dei Lions, da quando Helen Keller, alla Convention di Cedar Point del 30 giugno 1925, invitò il Lions a diventare "i Cavalieri dei Ciechi in questa crociata contro le tenebre".

Da allora i sussidi per la vista sono stati destinati alla lotta alla cecità prevenibile e reversibile nonché a progetti sostenibili e completi per servizi oculistici. Nel settore della vista non esiste un limite massimo ai contributi e non sono richiesti fondi integrativi specifici, ossia non è richiesto alcun contributo da parte dei distretti.

**I guidoncini
dei club aderenti**

Per quanto riguarda i disastri, LCIF interviene in quattro precise occasioni:

1. Preparazione alle calamità, per acquisto di materiali e rifornimenti prima del verificarsi di una calamità prevedibile. Il sussidio è erogabile fino all'importo di 10mila dollari; i distretti possono presentare richiesta ogni tre anni ed è necessaria la loro integrazione pari al 10% del sussidio erogato.
2. Stato di emergenza, con acquisto di cibo, acqua e vestiario. Il disastro deve avere un impatto su almeno 100 persone, il sussidio può arrivare a 10mila dollari e non sono richiesti fondi integrativi da parte dei distretti.
3. Attività di recupero da parte della comunità, con sussidi destinati all'acquisto di attrezzature per la rimozione di macerie, riparazioni di limitata entità, sistemazione di impianti comuni. Le richieste devono essere avanzate entro 60 giorni dal verificarsi della calamità, che deve avere impatto su almeno 100 persone; il sussidio può arrivare fino a 20mila dollari ed è richiesta un'integrazione del 10% da parte dei distretti.
4. Catastrofi di grave entità, che richiedano attività di soccorso immediato e/o progetti di ricostruzione a lungo termine. I sussidi vengono concessi su decisione del Consiglio Fiduciario della LCIF fino all'importo di 250mila dollari e non possono essere richiesti dai distretti.

Alberto Soci ha anche sottolineato gli interventi a favore dei giovani, i progetti

per le emergenze e i soccorsi successivi ai disastri, nonché quelli per l'istruzione, la salute e il benessere affidati ai Leo Club, senza tralasciare i sussidi destinati ai bisogni umanitari, ossia quelli più diffusi e che supportano i progetti avviati dai multidistretti, dai distretti e dai singoli club.

Fra i progetti umanitari più recenti e importanti occupa il primo posto la lotta al diabete, sostenuta mediante la sensibilizzazione al problema, l'istruzione alla lotta, la fornitura dei servizi sanitari; per questo service sono stati erogati contributi fino a 100mila dollari per i distretti e 200mila per i multidistretti.

Per gli altri progetti umanitari il contributo minimo ammonta a 10mila dollari e integra fino al 50% i progetti di service locali con importi massimi di 100mila dollari.

A questo punto è indispensabile sottolineare che i contributi vengono erogati solo sulla base di un progetto di service che affronti un problema umanitario e serva una popolazione numerosa.

Il progetto, inoltre, deve andare al di là delle capacità locali; i costi devono essere efficienti, ossia garantire un rendimento notevole, e devono essere efficaci, ossia garantire benefici a lungo termine.

Tutto ciò deve prevedere un forte coinvolgimento dei soci, attori principali della realizzazione del service, ma anche finanziatori del fondo di dotazione.

Al convegno è stata vissuta un po' di storia della Fondazione LCIF, abbiamo saputo che esiste un capitale a disposizione delle comunità bisognose e abbiamo imparato le modalità per attingere al capitale.

Ora siamo più consapevoli che il capitale va alimentato per far crescere le disponibilità finanziarie al fine di sostenere progetti di service di grande impatto sociale in tutto il mondo.

Ci attende la Campagna 100, ma molti bisogni devono essere soddisfatti anche a livello locale e la Fondazione può venirci incontro con il suo contributo.

Come ci ha suggerito Alberto Soci, ora sappiamo come chiederlo, perché abbiamo la combinazione per aprire la cassaforte: basta scrivere WE SERVE e la cassaforte si apre. **L**

Sandro Castellana
assieme al
coordinatore
distrettuale LCIF
Cesare Morgia





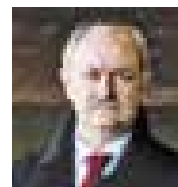
ECCO LA COMUNICAZIONE CHE VORREI

Individuare i destinatari. Definire i contenuti del messaggio. Scegliere il mezzo e la tempistica per veicolare l'informazione. Ottimizzare i costi cercando di ottenere il massimo risultato

Comunicazione, questa sconosciuta! E sì, perché non ci si inventa comunicatori dalla sera alla mattina e non è detto che spendendo molto si abbia un buon prodotto. Anche per la comunicazione di informazioni, dati o quant'altro si devono seguire regole, spesso non scritte. Interessante è stata la lettura dell'articolo apparso sull'ultimo numero di *Lionismo* circa la Comunicazione. Fino ad ora mi sono sempre astenuto dal commentare attività e azioni di singoli soci o del Distretto per motivi che gli amici lions possono ben immaginare. Ora però, mi permetto di intervenire sull'argomento, per alcuni ordini di motivi: il primo, perché la Comunicazione è per me fondamentale per qualsiasi tipo di progetto/attività e ne ho avuto riprova nei numerosi progetti e attività che ho gestito direttamente; il secondo, perché la società in cui ci muoviamo è cambiata rapidamente, anzi continua a cambiare e

quindi i soggetti da raggiungere evolvono rapidamente così come i mezzi di comunicazione; il terzo è che sono un socio e le spese del Distretto mi interessano direttamente.

Attualmente insegno presso una università telematica legalmente riconosciuta e fra le materie d'insegnamento vi è anche, il caso vuole, la "Comunicazione". **Comunicazione**, dal latino *cum* = *con*, e *munire* = *legare, costruire, ma anche dal latino *communico* = mettere in comune, far partecipare*. S'intende il processo e le modalità di trasmissione di una informazione da un individuo a un altro (o da un luogo a un altro), attraverso lo scambio di un messaggio elaborato secondo un determinato codice o regola. È naturale che la Comunicazione di uno o più progetti sia di natura tecnica, ma i principi fondamentali sono gli stessi di quelli che i lions devono far sapere a vari soggetti, i cosiddetti *stakehol-*

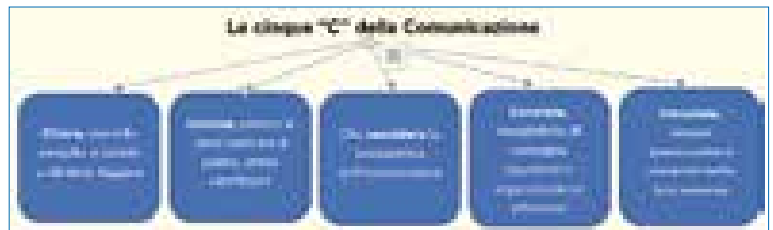


di
**MARCO
RETTIGHIERI**

Opinionista di *Lionismo*

der. Detto ciò, cerchiamo di analizzare ciò che serve sapere per comunicare in modo corretto ed efficace, per cercare di ottenere visibilità e rafforzare la nostra azione. Innanzitutto vediamo perché la Comunicazione può risultare difficile. Un errore che spesso viene compiuto è quello di considerare la comunicazione come un qualcosa di automatico: faccio un evento e lo comunico. Niente di più sbagliato! Il fine di ogni comunicazione è far sì che il risultato della percezione di chi riceve il messaggio sia uguale al significato intenzionale di colui che ha trasmesso il messaggio stesso. Il percorso logico può sembrare facile, ma non lo è, a causa dei numerosi filtri e barriere che si interpongono tra chi trasmette e chi riceve.

formazioni necessitano. E soprattutto non si deve mischiare il Marketing con la Comunicazione e non si può separare la Comunicazione dalla gestione della stessa, perché in questo modo si frammenta la fornitura di un'informazione. Il coordinamento deve rimanere nelle mani di una persona esperta e soprattutto di una persona che sappia programmare. Ricordo, a questo punto, come dovrebbe essere la Comunicazione, secondo lo schema sotto riportato.



Per costruire un efficace Piano della Comunicazione si deve partire dall'analisi degli stakeholder, dei destinatari dell'informazione. Questi devono essere presi in considerazione per due motivi:

1. il potere che ogni singolo stakeholder ha nell'influenzare la comunicazione e il suo percorso;
2. il grado di interesse che lo stesso stakeholder ha nel progetto.

Mettendo a confronto questi due elementi, si identifica l'importanza degli stakeholder e, di conseguenza, il tipo di comunicazione da adottare. Si hanno, poi, i seguenti passaggi già anticipati in precedenza, ma qui declinati più in dettaglio.

1. Identificazione degli stakeholder.
2. Identificare la capacità che lo stakeholder ha di influenzare l'informazione.
3. Identificare il livello di interesse.

Da questo piccolo e semplice schema si comprende come un Piano di Comunicazione non sia semplice da realizzare e soprattutto di come non possa essere statico. Un Piano di Comunicazione sarà necessariamente "dinamico", poiché deve adattarsi all'evolversi dello scenario in cui si cala.

Non voglio assolutamente mancare di rispetto a chi ha svolto un lavoro, ma quanto udito a Cagliari durante il Congresso d'Autunno e da quanto letto sulla rivista Lionismo, non è stato fatto un Piano della Comunicazione, bensì un tentativo

Come si può facilmente vedere e comprendere, anche il messaggio più chiaro può essere ricevuto in modo non corretto dal ricevente o dai riceventi. Nei Lions, ad esempio, convivono più anime e oltretutto anche di età diverse; ciò comporta, per esempio, che alcuni saranno più affini a leggere su carta, altri sul video di un computer o di uno smartphone.

Da quanto fino ad ora esposto si evince chiaramente l'importanza di un Piano di Comunicazione. Come per ogni attività che si rispetti, anche la Comunicazione ha necessità di una pianificazione preliminare, che risulta essere un fattore indispensabile e fondamentale. In pratica si deve stabilire chi sono i destinatari della Comunicazione, chi sono gli stakeholder, e di che tipo di in-

di cambiare le cose senza, però, la capacità di incidere veramente nell'informazione. Potrei essere ancora più preciso nell'argomentazione, ma ritengo più opportuno fermarmi qua. Fino ad ora non ho visto nulla che concerna la pianificazione; ad esempio: su quanti anni lionistici si basa l'attività illustrata? I Governatori che seguiranno sono d'accordo con queste attività? Il budget è stato valutato correttamente e coerentemente con le attività che si devono portare avanti? Queste sono solo alcune delle domande che mi sono venute in mente e che, come Socio, mi permetto di fare ora. Immaginiamo di voler informare il mondo esterno ai Lions di alcune nostre attività simbolo: la Casa d'Accoglienza di Cagliari, il Lions Quest e molte altre che il Distretto 108L svolge nell'annata. Immaginiamo di volerlo fare attraverso dei video appositamente realizzati e di creare un sito Instagram dove porre i video e a cui molte persone possono accedere. Il costo è veramente esiguo e il ritorno potenzialmente importante sia in termini di visibilità, sia in termini di nuovi soci. Immaginiamo anche di utilizzare il bilancio di missione per far comprendere a tutti quanto i Lions sono in grado di fare: ore spese di volontariato; temi trattati; cifre raccolte e interamente spese; in quali territori; che ritorni si sono avuti.

Si possono mettere foto e video e creare degli agganci (link) su siti importanti. Dobbiamo essere in grado di "dare la notizia" che può suscitare interesse. Facebook, Twitter sono strumenti di comunicazione che saranno soppiantati da altri nel prossimo futuro; dobbiamo andare verso nuovi mezzi social. Dobbiamo essere in grado di utilizzare i nuovi mezzi che non sono solo quelli informatici. Il Piano della Comunicazione deve essere fatto in questi termini. Il mondo vuole notizie interessanti, utili, fruibili e facili da recepire. E dobbiamo considerare i "competitor", ovvero le strutture e gli enti che agiscono sul nostro

stesso terreno e che possono interferire gravemente sulle nostre attività. Il simbolo di alcune associazioni nostre concorrenti oramai non ha più bisogno di pubblicità; la gente percepisce che quel simbolo è positivo e quindi ha fiducia. Ma quanto tempo hanno speso quelle associazioni affinché si raggiungesse quell'obiettivo? Quanto è stato investito? Questo è quello che noi Lions dobbiamo fare: informazione moderna. Ovviamente sono aperto al confronto costruttivo.

In conclusione si può, quindi, affermare quanto di seguito riportato.

- Parlare o descrivere circa un evento non vuol dire fare comunicazione.
- Conta quello che viene percepito da chi riceve il messaggio e non quello che comunico, seppur interessante.
- Non esiste un unico mezzo atto a comunicare.
- Non è sufficiente essere giornalisti per fare comunicazione.
- La Pianificazione di un Sistema di Comunicazione coinvolge esperti della materia e non si esaurisce in un ciclo annuale. Ragione questa che porta a dover ottenere consensi più ampi.
- La comunicazione ha dei costi, che non possono essere riassunti in una sola voce di bilancio. La comunicazione deve essere puntualmente definita in più voci.
- Una buona ed efficace comunicazione è indispensabile per i Lions. **L**



SMALTIRE I RIFIUTI RISPETTANDO L'AMBIENTE

Problema annoso, per la soluzione del quale l'Italia continua ad accumulare ritardi. Inceneritori, termovalorizzatori, gassificatori: troppo spesso si fa confusione. Il ruolo dei lions nello svolgere una proficua opera di divulgazione



Quello sull'ambiente è uno dei cinque temi proposti dal Lions Clubs International. Lo smaltimento dei rifiuti ne è componente essenziale e di attualità. Il problema degli scarti industriali e domestici è diventato ormai d'interesse pubblico; le soluzioni possibili sono molteplici, alcune delle quali immediatamente applicabili. Basta cliccare su Google per avere informazioni esaustive.

Andiamo per ordine. È necessario operare, anzitutto, la raccolta differenziata dei materiali da smaltire. A condizione che questa sia pari almeno al 65% del totale. I dati più recenti, riferiti al 2016, dicono che la media nazionale non supera il 52,5%. Siamo pertanto ben lontani dall'operare il riciclo di gran parte dei rifiuti e mettere in moto l'economia circolare. La quota non riciclabile è costituita dai materiali umidi e da quelli non differenziabili. Per i primi si utilizzano i biodigestori che producono biogas, da utilizzare a beneficio della comunità per lo svolgimento di attività di vario

genere. Per quanto riguarda la quota indifferenziata, si rende indispensabile ricorrere alla combustione, se si vogliono cancellare le famigerate discariche. Le strutture in grado di provvedervi sono di due generi: inceneritori e termovalorizzatori.

Sovente, al riguardo, c'è confusione di termini e di concetti nell'opinione pubblica. Talvolta, purtroppo, anche nei politici. È noto che gli inceneritori sono impianti di vecchia concezione che, con un processo di combustione ad alta temperatura, inceneriscono i rifiuti solidi urbani e quelli speciali, ma rilasciano emissioni gassose nocive formate da diossine, furani, pm10 (la sigla PM, *Particulate Matter* o Materia Particolata, viene utilizzata per indicare le polveri sottili che si trovano in sospensione nell'aria che respiriamo), pm2,5, con residui di ceneri e polveri. Pertanto non risolvono in modo corretto il problema dello smaltimento perché contribuiscono a contaminare l'atmosfera. Quindi non dovrebbero essere utilizzati. I termovalorizzatori, invece, sono



di
**RENATO
PALUMBO**

Opinionista di Lionismo

inceneritori di seconda generazione che, come dice chiaramente il nome, valorizzano la combustione utilizzando il calore prodotto per generare vapore, che poi mette in moto turbine per la produzione di energia elettrica o per alimentare impianti di teleriscaldamento. In sintesi, il termovalorizzatore sfrutta i rifiuti trasformandoli in energia termica ed elettrica.

Inoltre i moderni impianti hanno quattro livelli di filtraggio dei fumi e il riciclo delle ceneri. In tal modo, la combustione produce solo anidride carbonica, che però contribuisce ad alimentare l'effetto serra. Ma l'impatto sulla salute è sostanzialmente trascurabile, essendo le emissioni inquinanti inferiori alla concentrazione massima ammissibile; quindi senza alcuna relazione certa fra mortalità e incidenza di tumori. Vedasi, al riguardo, il progetto Monitor della Regione Emilia Romagna. Pertanto il termovalorizzatore è da considerare soluzione idonea che trasforma gli scarti in beni fruibili e restituisce ai fornitori di quei materiali (i cittadini) una quota di interessi con la riduzione dei costi dell'energia elettrica e del teleriscaldamento domestico.

Altra possibilità di trattamento è offerta dai gassificatori, impianti in grado di convertire i rifiuti urbani, sanitari, industriali in energia elettrica e combustibile. Senza addentrarci su un terreno specialistico, c'è da dire che, al momento, il loro impiego è controverso, risultando per alcuni più costosi dei termovalorizzatori, oltre che più esposti a incidenti e poco affidabili nella produzione di elettricità. Per altri tecnici, al contrario, i gassificatori sono capaci di trattare materiali miscelati, rifiuti solidi urbani, biomasse, pneumatici e sostanze tossiche senza produrre gas serra e ceneri volanti. Il centro nazionale di ricerca sulle biomasse dell'Università di Perugia, con i progetti BIODIE2 e BIOETA2, ha messo a punto processi in grado di trasformare rifiuti di potature, scarti legnosi o sottoprodotti dell'agricoltura (paglia, residui legno-cellulosici) in biocarburanti di seconda generazione, in sostituzione rispettivamente di gasolio (o *jetfuel* per aerei) e benzina.

Contemporaneamente avanzano nuove tecnologie di trattamento. Una di queste

presenta vantaggi notevoli sul piano pratico e dell'innovazione. Mi riferisco a ricerche operate dalla Facoltà di Agraria della Tuscia, dall'Enea e da Acea e Smart-Comp. Si tratta di un mini impianto che, contenuto in una stanza, consente di trasformare, in loco e in novanta giorni, rifiuti umidi in terriccio fertilizzante. Potranno utilizzarlo aziende di agriturismo, ristoranti, catene del *food*, centri commerciali e mense aziendali, realizzando un risparmio interessante sui costi connessi al trasporto e allo smaltimento fuori sede. Per di più, in assenza di emissioni di gas serra.

Concludendo, mi chiedo: perché, in materia di smaltimento dei rifiuti, in Italia non esiste un piano nazionale che si rifaccia alle linee guida della UE e al quale possano riferirsi le Regioni, fatti gli opportuni aggiustamenti e con l'eventuale intervento economico dello Stato? Non si capisce perché di fronte alle ormai usuali emergenze si debba assistere a balletti e rimpalli fra tecnici e politici, accrescendo nei cittadini utenti sconcerto e i disagi.

Infine, quale può essere il ruolo dei lions su questo terreno? È evidente che la nostra azione debba essere principalmente divulgativa, richiamando l'attenzione dell'opinione pubblica sulle problematiche inerenti allo smaltimento dei rifiuti; promuovendo conferenze e incontri con i nostri esperti; ma anche pubblicando documenti sintetici e chiari, da divulgare con l'inserimento nei quotidiani a grande diffusione (panino in gergo giornalistico). Infine al concorso destinato alle scuole "Un poster per la pace" si potrebbe affiancarne un altro: "Un poster per l'ambiente". **L**

La gestione dei rifiuti è diventato un problema nazionale



AUTONOMIE REGIONALI, LA LEGGE DIVIDE

Divergenze di opinioni tra chi reclama più poteri decisionali alle Regioni e chi inneggia alla Patria una, sacra e inviolabile



Al lion di lungo corso, quale indegnamente apparteniamo, preme molto non avventurarsi a trattare argomenti che, anche alla lontana, possano sembrare non adatti a una rivista che per vocazione non deve occuparsi di certi argomenti.

Di fronte, però, ad avvenimenti di grande rilevanza nazionale, che sicuramente causerebbero stravolgimenti epocali nella società, è lecito che uno si ponga delle domande sulla giustezza di certe linee programmatiche che gli attuali Organi dello Stato si accingono a discutere.

Non c'è da meravigliarsi, quindi, se ci preoccupiamo di fornire ai nostri lettori un'informazione corretta, affinché non accusino un certo disorientamento per le decisioni che il legislatore sta per prendere e che le testate dei giornali più importanti nazionali hanno riportato puntualmente in modo settario.

Perciò, bene ha fatto a precorrerci l'amico lion Giuseppe Tito Sechi, nel toccare il tema con un suo pregevole scritto sul n.1 di "Lionismo", sempre restando, però, nei limiti di un'informazione asettica, non di parte.



di
**SERGIO
FEDRO**

Redattore di *Lionismo*

Premesso che la nostra linea è la stessa, con questo nuovo intervento desideriamo soltanto approfondire l'argomento e affermare il significato che da esso scaturisce.

Si sa che la Costituzione repubblicana, ribadendo l'unità e inviolabilità della Repubblica, contempla anche il principio del decentramento dei poteri, perciò riconosce e promuove le autonomie locali.

Avvalendosi di questo diritto, il 3 ottobre 2017, il presidente della Regione Emilia Romagna, dopo l'approvazione dell'Assemblea, in base a quanto disposto dall'art. 116, comma terzo, della nostra Costituzione, ha presentato la richiesta di avvalersi di forme e condizioni particolari di autonomia spettanti a Regioni a statuto ordinario, ferme restando le particolari forme di cui godono le Regioni a statuto speciale (art.116, primo comma).

Subito dopo, il 22 ottobre 2017, alcune Regioni del Nord Italia, la Lombardia e il Veneto, hanno preso l'iniziativa di indire due referendum consultivi per il riconoscimento delle stesse forme e condizioni di autonomie differenziate.

Intanto, le richieste si allargano, e, a queste prime tre Regioni, si aggiungono altre Regioni a statuto ordinario come la Campania, Liguria, Lazio, Marche, Piemonte, Toscana e Umbria. Altre tre Regioni, Basilicata, Calabria e Puglia non hanno ancora approvato formalmente una richiesta, ma hanno assunto iniziative preparatorie per farlo.

Sottoscritti gli accordi introduttivi con il Governo nel febbraio 2018, tutte le Regioni che hanno presentato formalmente la richiesta, hanno proseguito il negoziato nelle Commissioni preliminari, e hanno ampliato la discussione immettendovi altre tematiche in ordine alle materie da trasferire.

Ma, alla presentazione in sede parlamentare di questa mozione di legge, subito sono serpeggiati malcontenti e pareri trasversali che hanno determinato posizioni politiche contrapposte nella maggioranza di Governo.

Avviene questo soprattutto nella componente numericamente più cospicua: si chiede se la riforma, ancora da approvare, sarà una "secessione dei ricchi". Per questa parte, infatti, non è ancora chiaro se l'approvazione differenziata sarà più vantaggiosa per alcune Regioni e molto meno per altre. Tutto dipenderà di come verranno assegnate le risorse alle nuove competenze delle Regioni autonome.

E non è semplice prevedere come andrà. I motivi di dissenso sono molti e proprio quella parte maggioritaria di Governo sta rallentando i lavori in ogni maniera.

Vien da dire, a questo punto, che mettere nel calendario dei lavori una discussione che, come previsto, ha sollevato parecchi pericoli per l'esistenza stessa del Governo, non è stata una mossa felice del Ministro per gli affari regionali e le autonomie, in un momento in cui gli animi della coalizione che forma la Maggioranza di Governo non gode di un momento idilliaco.

Le modalità con cui le tre Regioni avevano attivato il percorso ex art.116, terzo comma, sono diverse.

Gli accordi preliminari chiesti, in un primo momento, dalla sola Lombardia si incentrano su materie di interesse locale, quali il coordinamento della finanza pubblica, del sistema tributario e del governo del territorio. Gli accordi chiesti dal Veneto e dall'Emilia-Romagna, invece, si differenziano leggermente da quelli della Lombardia: vengono chiesti, in primo luogo, il conferimento di ulteriori forme e condizioni particolari di autonomia amministrativa e legislativa. Tutte e tre le Regioni, comunque, lasciano aperto la possibilità che il negoziato delle materie indicate si estenda ad ulteriori profili, non esclusa la possibilità di intraprendere rapporti internazionali e con l'Unione Europea.

Il Consiglio dei Ministri, visto i troppi pareri discordi che circolano tra i banchi



del Parlamento, ha pensato bene di sospendere la discussione sulle Autonomie differenziate: l'iter della legge, infatti, rischiava di essere compromesso.

A questo punto, il disegno di legge, con una mossa a sorpresa, è stato tolto dall'agenda dei lavori e rimandato alle Commissioni parlamentari per opportuni chiarimenti e approfondite modifiche, in attesa di convergenze politiche necessarie per l'approvazione.

Concludiamo con una considerazione amara, sperando che il lettore di buon senso ci comprenda: la forza politica, ora all'opposizione, che alcuni anni fa professava apertamente la secessione del Paese, adesso, per diverse vie, prova ad attuarla con una manovra aggirante attraverso un più ampio e accentuato regionalismo.

Il nostro pensiero, a questo punto, va a quanto hanno fatto Mazzini, Cavour, Vittorio Emanuele II, Garibaldi per l'unità d'Italia, e ai tanti patrioti e comuni cittadini che hanno dato la vita per lo stesso motivo.

Adesso, tutto potrebbe essere vanificato da questo regionalismo sfrenato.

Inoltre questa pletora di richieste per ottenere maggiori autonomie dallo Stato centrale, ci riporta alla mente l'eterno motivo italiano di un Paese a due facce; cioè di un Nord che non vuole sopperire con la sua ricchezza ai bisogni e all'arretratezza del Sud. **L**

La Sardegna è tra le prime Regioni d'Italia ad aver ottenuto l'autonomia

A PROPOSITO DI FORMAZIONE E DI CAMBIAMENTO...

La info-formazione del socio è presupposto indispensabile per l'adesione consapevole agli scopi del lionismo. Sovente si entra a far parte di un club senza neppure conoscerne statuti e regolamenti



dell'azienda; segnatamente, questo: la sicurezza del personale viene prima di tutto. Molte ore di formazione a tutti i livelli (in primis la dirigenza), procedure chiare, esperienze sul campo e investimenti mirati portarono alla condivisione degli obiettivi aziendali; che non si limitavano alla semplice riduzione degli infortuni, ma a prevenirne le cause. Nel giro di due anni, gli episodi infortunistici si ridussero dell'82%, con notevole recupero economico: il premio di assicurazione INAIL passò, per effetto del bonus-malus, da due a un miliardo di vecchie lire, col risparmio da investire ovviamente

sulla sicurezza.

Questo processo di formazione (noto come Toyota) è stato adottato anche dai lions: apprendere i fondamentali da docenti capaci porta sempre un positivo effetto sull'uditorio, salvo poi riuscire a tradurre il tutto in pratica. Ricordo la passione formativa con la quale si ritorna da paludati incontri internazionali, da un ambiente necessariamente condiviso da pochi, ma lontano da molti. La nostra gente, se ben si comprende lo status di lions, è composta da uomini e donne impegnati in prima persona a prendere decisioni; ma non a subirle, essendo dei volontari e non lavoratori dipendenti. Quindi non si tratta di mettere a disposizione mezzi per prevenire infortuni o ristrutturare impianti ai fini della sicurezza con altri investimenti se si vuole raggiungere l'obiettivo.

Allora qual è il punto per i lions? Innanzitutto porre in essere rapporti consoni

Nel modo del lavoro, il problema degli infortuni è sentito a parole, ma poco nei fatti. Il presidente di una multinazionale convocò i manager dei vari stabilimenti controllati per fare il punto sull'argomento. Dal confronto emerse che oltre il 50% degli infortuni derivava da corpi estranei negli occhi per il mancato uso degli occhiali di protezione. La discussione, sterile di proposte, fu stoppata dal presidente, che si alzò, si mise al centro della sala, tolse e rinforcò gli occhiali e sentenziò: "Dove sta il problema?". Poi tuonò: "Ricordatelo: voi appartenete a un'azienda che non è paziente!". Quelle parole incisero fortemente sui presenti, i quali si sentirono responsabilizzati al punto che, implementando l'utilizzo degli occhiali protettivi, gli infortuni agli occhi si ridussero praticamente a zero nel giro di un anno. Ciò fu possibile, non con interventi costrittivi, ma con un'incisiva informazione sui valori



di
**GIAMPIERO
PEDDIS**

Opinionista di Lionismo

agli scopi dell'associazione. Ciò comporta il dovere di conoscerla a fondo, scoprirne i valori e le opportunità da sfruttare al servizio del bene comune. Il che implica lo studio di statuti e regolamenti, attenzione per le regole scritte e per quelle consuetudinarie, eventualmente da rinnovare o innovare con competenza e condivisione.

Si disegna così, a mio parere, l'informazione, che ha lo scopo di trattare gli argomenti legati al percorso formativo in un ambiente di volontari con scopi e finalità specifici. La sola formazione non può che essere volta a un cambiamento e porta risultati a valle di un processo a fasi, che possiamo quantificare in quattro: *consapevolezza* del perché è necessario un intervento; *capire* il provvedimento necessario; dopo di che *sopraggiunge l'impegno*; la quarta fase prevede il *monitoraggio* del tasso di cambiamento e degli eventuali benefici, se ci saranno.

Come si vede, ciascuna fase dipende dalla precedente; il nesso tra loro non può che essere la chiara ed efficace comunicazione. Un cambiamento, perché possa essere tale, non può avvenire in mancanza di dialogo, consapevolezza, comprensione o un'eventuale atmosfera di convinzioni contrastanti.

Intervenendo a un incontro promosso da un club prestigioso, discorrevo sui valori del lionismo. Soffermandomi sul significato del nostro distintivo, chiesi lumi all'uditorio. Dopo un momento d'imbarazzo, qualcuno ruppe gli indugi e lo identificò come rilievo di un leone bifronte; un altro col ruggito del leone; un altro ancora con allegorie diverse. Feci notare che il distintivo presentava due diversi profili di leone e ne illustrai il significato, quasi vergognandomi di aver posto la domanda. Alla fine della serata più di un socio si avvicinò per ringraziarmi della spiegazione. Mi convinsi che, non di rado, mancano nei nostri amici lions le conoscenze di base, quelle afferenti lo sguardo al passato per poter incidere nel presente e porre le basi per il futuro dell'innovazione costante al passo con i tempi.

La formazione dei soci? Alla luce di recenti fatti ascrivibili a un neo illuminismo

lionistico, teso a rottamare e/o manipolare l'esistente, ritengo tuttora che il difetto d'informazione sulla storia, ma soprattutto sulla missione del lionismo, abbia radici lontane, risalenti all'atto dell'ingresso nel club.

È di fondamentale importanza la cerimonia d'immissione di un socio: a valle di sessioni info-formative, il codice dell'etica, gli scopi del lionismo e la consolidata formula di affiliazione devono essere letti con convinzione dall'interessato. Che, a questo evento, deve essere opportunamente preparato. Lo farà per se stesso e ricorderà ai lions e ospiti presenti gli impegni sottoscritti entrando a far parte del club. L'immagine di Melvin Jones sullo schermo mentre si ascoltano gli inni, il distintivo appuntato dal presidente, la consegna dei guidoncini e l'omaggio floreale al coniuge resteranno momenti indimenticabili, uniti alla convinzione di far parte di un'associazione di livello.

Un club che opera in questo modo avrà soci convinti, aperti alle novità e orgogliosi dell'appartenenza: inoltre nel suo Servire con intelligenza ed efficacia la comunità in condivisione e rispetto tra i soci non avrà necessità di sporadici interventi formativi, ma sarà luogo di formazione permanente. **L**



ARRIVA DALLA FINLANDIA IL PROFUMO LIONS CHE TROVEREMO ALLA PROSSIMA CONVENTION

L'idea, originale e fantasiosa, nasce da un Past Governatore con vedute singolari sul futuro associativo del lionismo



Il suggestivo paesaggio delle Isole Åland

Lionel e Liona sono i nomi delle fragranze Lions che sarà possibile acquistare, assieme a candele profumate, shampoo, balsamo, deodoranti, profumatori da ambiente e altro, alla prossima Convention che si terrà a Singapore, dal 26 al 30 giugno 2020.

Le fragranze, ideate da Björn Hägersatränd, un simpatico signore finlandese, un vero vulcano di idee che vive nelle isole Åland, verranno prodotte in Italia. Björn non intende ancora svelarne la composizione, né dirci cosa le abbia ispirate, perché vuole farle conoscere ai Lions di tutto il mondo alla prossima Convention. Sarebbe però che ogni Club avrà la possibilità di vendere questi prodotti: metà del ricavato verrà utilizzato dal Club per i vari *service*. Ci piace pensare che l'ispirazione sia nata dai colori dell'aurora boreale, dal fascino del

sole di mezzanotte, tra i fenomeni più iconografici della Finlandia, o dai grandi prati verdi, punteggiati di fiori di campo che i finlandesi raccolgono nel solstizio d'estate per cospargere il pavimento della propria casetta in legno, di cui è ricca la campagna delle Isole Åland, una delle regioni autonome, situate nel Golfo di Botnia. Anche Björn trascorre le sue vacanze in una di queste caratteristiche abitazioni, in compagnia della famiglia, dilettandosi tra la pesca e

la raccolta dei mirtilli selvatici. L'inverno, faticoso per le poche ore di luce (a dicembre il sole splende per solo 6 ore al giorno), Björn lo divide tra il suo lavoro, la famiglia e il Lions Club, dove ha appena terminato l'incarico di Governatore del Distretto 107A. Dopo quasi vent'anni di appartenenza allo storico LC di Marienhamm (65 anni di attività), Björn ha ideato e da poco fondato il Lions Club Åland Culinaria.

Rivolgiamo a Björn alcune domande, incuriositi dall'aggettivo "culinaria" del nome del Club.

Culinaria... Uno specialty club?

"Esattamente, legato, come dice la parola stessa, alla cucina! Cerco sempre idee nuove, che spesso propongo per contrastare il dilagante fenomeno della perdita dei soci, fenomeno che affligge, ahimè, il nostro Paese, ma grazie ad alcune mie



di
**SISSI
PALMIERI**

Redattrice di *Lionismo*

idee siamo risultati essere il miglior distretto in Finlandia, abbiamo cioè assistito a un'inconsistente perdita di soci, direi proprio minima, fisiologica. In Finlandia, con i nostri 900 Club, il problema maggiore è piuttosto l'invecchiamento. L'ingresso di nuovi soci è raro e assistiamo a un lento, ma inesorabile invecchiamento dei club. Poi, i club finlandesi non si sono aggiornati, non si sono cioè adeguati ai cambiamenti che interessano ogni aspetto della vita quotidiana, che interessano cioè il mondo intero. Molti club continuano a portare avanti gli stessi *service* da oltre 50 anni e ciò non motiva né stimola i soci. Nell'anno in cui sono stato Governatore ho quindi lanciato l'idea del 'Divertiamoci assieme'".

E come Björn?

"Con lo slogan 'Divertiamoci assieme' ho dato strumenti e suggerimenti per rendere la vita di club più divertente. È stato un grande successo! Ci riuniamo all'insegna del buon bere e del buon mangiare, finalizzando però tutte le nostre attività alla realizzazione di molti *service*, a livello locale, nazionale e internazionale! Alle nostre attività partecipa con entusiasmo tutto il club, perché siamo accomunati da una passione, il vino e la cucina, oltre che motivati dal desiderio di aiutare gli altri. Ecco - mi mostra un logo - questo è il logo del tema *Divertiamoci assieme*: dice esattamente divertiamoci assieme in finlandese e svedese".

Come riuscite a contenere i costi, per permettere a tutti di partecipare?

"I soci nella mia città pagano 120 euro l'anno e questa somma copre le quote internazionali, le nazionali e quelle della nostra zona: qui abbiamo anche delle quote per le nostre isole, le Åland. Se invece collabori con il distretto, ti vengono rimborsate alcune spese".

Come selezionate i futuri soci?

"Dipende da club a club! Alcuni Club accettano chiunque sia interessato e desideri farne parte, altri hanno regole rigide e votano l'ammissione dei futuri soci. Poi si decide lo sponsor, la persona che aiuterà il nuovo socio nel primo anno di permanenza nel club".

La società sta attraversando un veloce, pesante declino morale, etico e spirituale. Come può il LCI aiutare a fronteggiare questa situazione?

"Dunque, molti Lions che hanno incarichi di rilievo parlano e discutono sul fatto che i giovani non sono più interessati a entrare nei club e che, proprio ai giovani, non piace essere etichettati con l'appartenenza a un club. Poi, ai giovani piace lavorare su progetti a breve termine. Io ritengo che questo, però, sia assolutamente sbagliato. Credo infatti che ognuno di noi voglia appartenere a un gruppo, e ciò vale sia per le persone con qualche anno in più che per i giovani. Anzi, direi che la maggior parte della gente oggi è ancora più desiderosa e determinata a fare qualcosa per nostra Madre Terra e per il clima. Il problema sta nel fatto che oggi molti club sono noiosi, con riunioni rigide e formali: si passa da un argomento all'altro, scorrendo l'ordine del giorno, bevendo una tazza di caffè e poi tutto termina lì. Oggi si hanno moltissimi stimoli e così poco tempo... Così, se la partecipazione alla vita del club non è interessante o comunque piacevole, non si attrarranno nuovi soci. Da qui, in un

certo senso, è nata l'idea degli *specialty club*, che a me piacciono molto, perché, se si mettono insieme *hobby*, interessi che accomunano le persone e i *service*, si ottiene sicuramente un'ottima occasione di attirare gente. Devi avere qualcosa all'interno del tuo club per attirare le persone, al di là del fare la carità! E come renderlo attraente? Ho creato il primo *specialty club* in Finlandia lo scorso anno".



Björn Hägersstrand, l'ideatore dei due profumi

Il guidoncino del Lions Club Åland Culinaria





**“Divertiamoci
assieme”
in finlandese
e in svedese**

**I soci del Lions Club
Åland Culinaria
alla loro
prima Charter**

Ma com'è nata l'idea?

“Stavo pensando a cosa avrei dovuto avere nel mio club per attrarre nuovi soci e, seduto sul divano, mentre sorseggiavo un bicchiere di vino italiano, col telecomando saltavo da un canale all'altro quando mi sono reso conto che, indipendentemente dal canale,

ce n'è sempre uno che parla di cibo, di buona cucina! E mi son detto: perché non creare un club Lions legato al cibo? È nato il L.C. Åland Culinaria, in cui il nostro interesse principale, cioè che ci accomuna tutti, è il buon cibo e il buon bere! Nel mio vecchio club, quello di provenienza, facevo una gran fatica a trovare nuovi potenziali soci. Con questo nuovo Club, ho chiesto ad alcune persone e subito 20 di queste hanno sposato l'idea, dandomi così l'opportunità di dar vita

all'iniziativa. Basta avere un club il cui scopo principale sia, ad esempio, il giardinaggio, la vela, il motociclismo, la sauna o qualunque altro hobby o argomento di interesse che le persone s'incuriosiscono, aderiscono e si fa un servizio alla comunità”.

Bene, come sai, in tutta Italia e proprio in Umbria abbiamo eccellenti vini e cibo indimenticabile, giusto un suggerimento nel caso in cui desideriate organizzare uno scambio con i club umbri. Vi aspettiamo!

“Grazie dell'invito, verremo sicuramente! Spero anche che tu diffonda l'idea dei Club Lions culinari e che più avanti ci possano essere scambi di idee e visite tra i club. Nel nostro club invitiamo anche *chef* famosi, organizziamo giornate in cantina e visite a fiere legate al mondo del buon cibo. Organizziamo gare gastronomiche e corsi di cucina di ogni genere e corsi di introduzione al vino, a vari livelli.

Vi ringrazio dell'opportunità che mi avete dato di far conoscere il mio nuovo Club. Mi piace conoscere lions di ogni parte e aspetto di incontrarvi a Singapore per farvi provare le fragranze Lions, *Lionel* da uomo e *Liona* da donna”. **L**





**GENOVA
dal 26 al 29
MARZO
2020**

INFRASTRUTTURE
CULTURALI
PER I GIOVANI
DEL MEDITERRANEO

CAMBIAMENTI
CLIMATICI E SALUTE
NEL MEDITERRANEO

LCIF: CAMPAGNA 100
MULTIPLICHIAMO IL SERVIZIO

UN FUTURO
SOSTENIBILE PER
IL **MEDITERRANEO**



Lions Clubs
International

Info @ medconf2020.org | www.medconf2020.org |   

INFO

LA COMUNICAZIONE NAZIONALE TRA CONFERME E TANTE NOVITÀ

Prende finalmente forma la squadra lions multidistrettuale creata per fare informazione e promuovere le pubbliche relazioni



La squadra della comunicazione lions nazionale. L'obiettivo è quello di avvicinare sempre di più i club e i soci mediante un unico linguaggio che rappresenti il lionismo italiano

Con un po' di ritardo, ma pur sempre in tempo, è ripartita quest'anno la squadra della "comunicazione nazionale". Ritardo dovuto a un ristyling (tuttora in corso) parzialmente forzoso (nuovo MyLCI) e in larga parte voluto per un riassetto del sito e un aggiornamento della struttura (social e ufficio stampa).

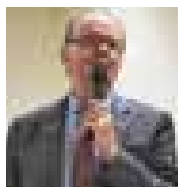
L'obiettivo è quello di avvicinare sempre di più i club e i soci mediante un unico linguaggio che rappresenti il lionismo italiano, attraverso strumenti informativi, divulgativi a totale disposizione dei tanti service che i Lions Italiani sviluppano sui territori di competenza.

Il Sito. E' quindi per dar corso a queste parole che si sta lavorando per mettere a disposizione dei club un sito che, pur se cambiato poco nella sua struttura, dia conoscenza delle opportunità che la struttura del Multidistretto offre agli stessi. In quest'ottica saranno presenti nuove rubriche, un menù più tecnico che descriva meglio la struttura nazionale e un ampio spazio a disposizione delle news del MD, dei distretti e dei club (a testimonianza dei tanti service che ogni giorno vengono effettuati) e una rubrica affidata alla Segreteria nazionale per gli aggiornamenti degli eventi in essere.

L'Ufficio stampa. Un riassetto dell'Ufficio stampa, che quest'anno vedrà fra i suoi componenti tutti i direttori delle riviste distrettuali e sarà supportato da un Comitato comunicazione (composto dai diciassette referenti distrettuali), è l'altro elemento di novità che andrà ad aggiungersi alla nuova struttura sito e social che darà vita e forza alle news su facebook e twitter. All'Ufficio stampa sarà ed è affidata la parte più importante. È da questo organo, infatti, (coacervo di tutte le notizie) che dovrà uscire ogni forma di comunicazione, espressa principalmente da comunicati stampa che troveranno spazio nell'apposita rubrica sul sito e inviati ai media nazionali.

Il Comitato comunicazione. Al Comitato comunicazione la responsabilità degli aggiornamenti, delle attività e dei contatti sul territorio. Ad esso chiunque potrà rivolgersi per trasferire notizie, ma anche per eventuali supporti tecnici. Ricordando comunque sempre che senza il lavoro giornaliero e costante dei club e dei soci, tutto ciò sarebbe ed è vano.

Buon lavoro a tutti, pronti ad agevolare il compito di coloro che dedicano la loro attività ad aiutare la gente che ha bisogno dei Lions. **L**



di

**MAURO
BIANCHI**

PCC, Presidente relazioni pubbliche e informazioni sui Lions



UTILIZZARE BENE INTERNET È QUASI UN DOVERE PER I LIONS

La navigazione in Rete comporta insidie e trappole, ma si pone come valido strumento di comunicazione che dobbiamo imparare a usare correttamente

Lsocial, lo sappiamo bene, sono moderni strumenti di interazione fra gli utenti, ormai largamente usati sul web per pubblicare contenuti e creare reti di contatti fra persone già di nostra conoscenza ed eventualmente per creare nuove amicizie.

Secondo quanto leggiamo nel report *Digital 2019* pubblicato dall'agenzia *We are Social* in collaborazione con *Hootsuite*, società leader nel settore del *social media management*, sono ormai nove su dieci gli italiani che accedono a internet. Gli utenti di piattaforme virtuali sono 35 milioni con un incremento del 2,9% rispetto all'anno precedente e, di questi, 31 milioni accedono ai social da dispositivi mobili, facendo registrare un incremento del 3,3%. Il tempo speso quotidianamente è di poco inferiore alle due ore. *Youtube* e *Facebook*, quest'ultimo sia come piattaforma sia come ecosistema in senso ampio includendovi *WhatsApp*, *Messenger* e *Instagram*, sono

i programmi più usati. Secondo quanto indicato dal report sopra citato, gli utenti cercano di solito svago e divertimento; ma, se può essere piacevole inserire nel nostro profilo personale le informazioni, i gusti e gli interessi che ci riguardano, non dobbiamo dimenticare che può essere rischioso rendere tali dati pubblici e a disposizione di tutti.

Molti programmi offrono servizi apparentemente gratuiti. Ma, al riguardo, occorre tenere conto che non siamo in presenza di benefattori dell'umanità; infatti, per finanziarsi, in genere ricorrono alle inserzioni pubblicitarie. Sulla base dei dati personali che decidiamo di pubblicare in internet, è possibile ricavare il profilo degli utenti e far comparire, sulle pagine che essi scelgono di leggere, le inserzioni pubblicitarie più aderenti ai rispettivi stili di vita.

Non dimentichiamo che, nel momento in cui decidiamo di registrarci, diventa-



di
**ROBERTO
TAMBURI**

**Caporedattore
di Lionismo**

mo fornitori di informazioni che possono essere utilizzate e che pertanto, nella Rete, chiunque può farne l'uso che meglio crede. Lo spazio che il social ci riserva non è di nostra proprietà. Noi siamo soltanto ospiti di una piattaforma, che ha le sue regole e che può decidere, unilateralmente e in qualsiasi momento, di chiudere il nostro profilo.

Con il diffondersi dell'utilizzo dei social sono nate nuove figure di utenti per cui, dopo l'ondata di foto di gattini e di piatti elaborati con ricette più o meno improbabili, si sono fatti avanti i produttori di notizie false, i leoni da tastiera, i guardoni della vita altrui. I quali, facendo ricorso a un neologismo, si chiamano *webeti*. Essi usano un linguaggio talvolta sgradevole, aggressivo, arrogante. Della comunicazione in Rete, questi rappresentano la parte oscura che, nel lungo periodo, se non combattuta adeguatamente, potrebbe produrre seri danni.

Possono fare qualcosa i Lions per evitare che uno strumento importante come quello rappresentato dai social sia utilizzato male o a sproposito?

Sì, dando il buon esempio, innanzitutto. Facciamo attenzione nell'esprimere pensieri su cose e persone; potrebbero essere letti anche da chi non gradirebbe affatto la cosa. Ricordiamo che, come in qualsiasi

contesto, reale o virtuale che sia, il rispetto degli altri e l'utilizzo di un linguaggio adeguato sono molto importanti e, pertanto, d'obbligo. Evitiamo di creare o aderire a gruppi che incitano all'odio nei confronti di particolari categorie di persone. Chiediamoci sempre se possiamo pubblicare qualcosa che riguarda fatti privati di altri. Nel dubbio, asteniamoci dal farlo. Non passiamo troppe ore incollati allo schermo. Può portare a isolarci dagli altri. Non replichiamo, pubblicandole, notizie, immagini e video di cui non conosciamo la provenienza. Data la natura della Rete, è facile diffondere inconsapevolmente materiali coperti da diritti d'autore e pertanto incapare in sanzioni anche severe.

Pubblichiamo, invece, articoli che richiamino l'interesse dei lettori sui temi a noi più cari, quali la solidarietà e la cittadinanza attiva. L'anno scorso, in occasione delle visite del nostro Governatore, sono stati diffusi in Rete brevi articoli con l'intento di valorizzare i territori di riferimento dei club che compongono il Distretto 108L. Anche questo è un modo per applicare il motto *We Serve*, contribuendo così a far conoscere la nostra associazione.

Potremmo promuovere in Rete iniziative che aiutino gli utenti, soprattutto i più giovani, a utilizzarla consapevolmente. Quest'anno i club del Multidistretto hanno la possibilità di svolgere il service nazionale "Interconnettiamoci... ma con la testa", dedicato a tutelare la sicurezza dei ragazzi che navigano in internet. Il progetto prevede lo svolgimento di incontri volti a illustrare i rischi che si corrono praticando quella grande piazza aperta che è la Rete dove s'incrocia un po' di tutto. Al riguardo, il materiale illustrativo messo a disposizione dei club affronta esaurientemente il tema dell'utilizzo dei social con esempi, suggerimenti e spunti di riflessione.

Rendiamoci conto che abbiamo a disposizione uno strumento che, se bene utilizzato, può essere prezioso, molto utile anche per far conoscere i nostri innumerevoli progetti, per raccogliere le opinioni dei cittadini, per indirizzare le risorse dell'Associazione verso le esigenze reali della comunità. **L**



IMMORTALIAMO IL CIBO, GODE L'OCCHIO MA NON IL PALATO

Ogni giorno fotografiamo quello che mangiamo per postarlo su Instagram o Facebook o per inviarlo agli amici su Whatsapp. I social e il web hanno aggiunto un ingrediente straordinario: la relazione diretta che si permea di una presunta autenticità e del bisogno di vivere un'esperienza emotiva

Al ristorante si arriva, si ordina, e man mano che arrivano i piatti si fotografano e si condividono sui social. Nel frattempo tutto si fredda. È il nostro presente. Con buona pace di chi riceve le foto o ci segue sui social che gode nel vedere, pregusta e magari è un po' invidioso.

Le aziende hanno compreso il valore della cultura e in particolare vino e cibo che sono per antonomasia esperienza sensoriale nella quale il racconto emozionale viene enfatizzato attraverso un'immersione nei contesti paesaggistico-artistici dove questi prodotti nascono.

Il cibo ha rappresentato il motore centrale della storia evolutiva dell'uomo, simboleggia convivialità e comunicazione, ha e ha avuto una precisa relazione con la dimensione di genere e di potere, ha una sua dimensione simbolica legata alle religioni e alla spiritualità e contribuisce in modo profondo alla costruzione identitaria dei popoli.

Pellegrino Artusi nel 1891 scriveva che "la cucina è bricconcella; spesso e volentieri fa disperare, ma dà anche piacere, perché quelle volte che riuscite o che avete superata una difficoltà, provate compiacimento e cantate vittoria".

Come cambia la dimensione del cibo da elemento antropologico culturale a prodotto di consumo? Proviamo a vederlo. Con la televisione si instaura un rapporto bidimensionale nel racconto del cibo. Da una parte la pubblicità che promuove il prodotto con un'evoluzione che ingloba le

grandi trasformazioni della società occidentale: globalizzazione, edonismo, fast, ecc. Dall'altra il cibo e il vino diventano oggetto di indagine sociale e culturale dove si intersecano diversi temi: riscoperta della tradizione, valorizzazione di un comparto economicamente rilevante per l'economia nazionale, aspetti salutistici e di ricerca del benessere, scoperta di nuove abitudini alimentari.

La curiosità del grande pubblico e il gradimento di questi argomenti sposta l'asta sempre più verso l'*infotainment*.

Non esiste fascia oraria, format televisivo che non abbia uno spazio dedicato al cibo. Chef, ricette, materie prime, dizionario di cucina sono l'ingrediente per eccellenza della Tv. Da Gordon Ramsay in Hell's Kitchen a Junior Masterchef, "Piccoli chef crescono", passando per la Clerici e la Parodi. Nasce una nuova genetica: il primo senso non è il gusto ma la vista.

Così aziende, chef, blogger si contendono e creano pubblici che s'intersecano si contaminano uniti nell'adorazione di un nuovo mito, "il food porn". Non importa che sia vegano, o lussuriosamente carnivoro, ciò che è fondamentale è che susciti emozione, che invogli al bere e al mangiare. **L**

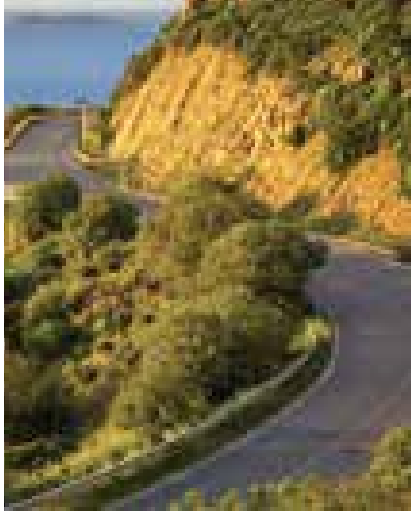


**Social manie:
adesso imperversa
il food porn**



di
**FRANCESCO
PIRA**

**Sociologo
Direttore della Rivista
Lions Sicilia**



TASSE E SERVIZI, BINOMIO IMPRESCINDIBILE MA L'ESPERIENZA DICE CHE NON È SEMPRE COSÌ

“Sardegna quasi un Continente” è il titolo di un libro anche se, purtroppo, l'isola è un Continente dimenticato

Le tasse sono ciò che viene definito un patto sociale tra cittadino e Stato, attraverso il quale si esplica l'azione di governo e la fruizione dei servizi pubblici. Con le tasse, appunto, il nostro Paese assicura una serie di servizi, come i costi sanitari, i costi della pubblica istruzione, quelli della sicurezza, nonché degli apparati pubblici e dei trasporti.

Il che, secondo una logica non proprio logica presume che, a parità di contribuzione, ci sia una parità di risposta in termini di servizio. Questo è in teoria quanto dovrebbe essere. Non sempre è così! Parliamo un attimo del problema sardo, problema chiaro a chi nell'Isola ci abita o a quanti la frequentano per lavoro o per vacanza.

La Sardegna è l'unica regione che non ha autostrade. Nelle strade dell'Isola si viaggia col limite dei 90 km orari, attraverso percorsi tortuosi e dissestati. La principale arteria, la Carlo Felice, la attraversa da Nord a Sud e, tra cantieri infiniti, si va solo in alcuni tratti a 110 km, mentre il resto rimane sui limiti delle statali. Un ponte in Gallura, cancellato dal ciclone Cleopatra del novembre 2013, è tuttora un cantiere appena abbozzato, ma nessuno se ne ricorda e chi percorre quel tratto da sette anni deve sorbirsi una lunga deviazione.

Del disastro ferroviario di Corato (Puglia) che nel luglio del 2016 causò ben 23 morti se ne parlò giustamente in tutte le testate giornalistiche. Si gridò allo scandalo per quei maledetti 37 chilometri a binario unico, scandaloso e inadeguato ai tempi. Ci si attendeva che i parlamentari sardi caval-

lassero la notizia precisando che la Sardegna è “tutta” a binario unico e che le linee, spesso a scartamento ridotto, offrono un servizio penoso. Invece niente. I parlamentari sardi, a tutti i livelli, sono stati ancora una volta zitti, forse memori che una volta la Sardegna era poco più che una colonia nella quale si sbattevano i militari in disgrazia ed era considerata terra di confine, anche se non si capisce confine di che!

Si potrebbe parlare di tante altre cose, anch'esse fondamentali come la continuità territoriale, i costi dei trasposti via mare che incidono enormemente sulle tasche dei sardi e scoraggiano vacanze in una delle isole più belle del mondo.

E lo Stato cosa fa? Si potrebbe dire che sta a guardare, ma l'impressione è che non guardi neppure. Però, per far sentire i sardi uguali agli altri, l'aliquota di imposta è identica a quella applicata a cittadini che usufruiscono di autostrade, di ferrovie efficienti, insomma di servizi.

Qualcosa non quadra. Se si pagano le imposte per avere servizi ed essi, quasi tutti, non ci sono o sono molto parziali, è corretto che l'aliquota sia uguale? Ovviamente sì, perché non troverete mai un politico che confermerà quanto appena detto. Per i politici, quelli “importanti” poco conta: loro si spostano in elicottero e che i sardi si massacrino in strade tortuose e pericolose poco importa. Che una famiglia, con auto e figli, spenda 1.500 euro di traghetto solo per poter iniziare una vacanza a chi interessa? Pare a nessuno. L'importante è che si paghino le tasse. **L**



di
**SILVERIO
FORTELEONI**
Vice Direttore
di Lionismo

LA LOTTA ALL'EVASIONE FISCALE UNA DELLE CHIAVI DI VOLTA PER IL RILANCIO DELL'ITALIA

Lo dice la politica e lo sostiene il Capo dello Stato, ma...



“Se scomparisse l'evasione fiscale le possibilità di aumentare le pensioni, di aumentare stipendi, di abbassare le tasse per chi le paga, e così via, sarebbero di molto aumentate. Il problema è di norme, di interventi, di controlli, di verifiche ma è soprattutto di cultura e di mentalità (...). È una cosa davvero indecente perché la vita comune è regolata dalle spese pubbliche. Se io mi sottraggo al mio dovere di contribuire sfrutto quello che altri pagano”.

(Presidente Mattarella, 9 dicembre 2019 durante l'incontro al Quirinale con gli studenti di alcune scuole)

Prendendo spunto da questo “spinoso argomento”, mi chiedo se ricorrendo al senso civico (*Promuovere i principi di buon governo e di buona cittadinanza. Essere parte attiva del benessere civico, culturale, sociale, morale della comunità*) posso sottoscrivere le parole del Capo dello Stato. Certamente in termini di principio e

di dottrina non posso non condividere, ma qualche dubbio mi sorge nel passare dall'astrazione alla realtà.

Raramente il recupero dell'evasione si è trasferito in aumento di pensioni, riduzione di aliquote fiscali, interventi nel “welfare state”. L'esperienza ci insegna che una maggiore disponibilità di risorse si traduce per gli amministratori del bene comune (Enti locali e Amministrazione centrale) in ulteriori risorse per l'acquisto del consenso a fronte della graduale erosione del “welfare state”. Ciascuno di noi può scegliere fra gli innumerevoli esempi disponibili.

Anch'io reputo deprecabile il commerciante che non fa uno scontrino o un artigiano che non emette una fattura. Ma reputo molto più indecenti, in un Paese civile, i vitalizi e le pensioni d'oro, l'enorme tasso di corruzione della politica e dell'apparato burocratico, le auto blu e tutti i privilegi.

Come può essere giustificato il recepimento di due, tre, a volte quattro vitalizi?



di
**GIANNI
TAMPONI**

L.C. Porto Torres

Quante mansioni si possono svolgere contemporaneamente? Magistrato, Professore universitario, Deputato?

Indecente è che ogni volta che piove si contino i morti; è il traffico e il lucro sulla pelle dei migranti; è sei mesi di attesa per una Tac. Indecenti sono i ponti che crollano e i terremotati da anni nelle tende, lo sono gli anziani che rovistano nei cassonetti per poter mangiare e gli imprenditori che si suicidano perché non riescono a pagare gli stipendi ai loro dipendenti, lo sono la Terra dei fuochi, l'Ilva di Taranto, il rogo della Thyssen, l'Alitalia e il ponte Morandi, lo sono i processi che finiscono in prescrizione, le scarcerazioni per decorrenza dei termini.

Indecente è il fatto che centinaia di viadotti e gallerie siano a rischio di chiusura per omessa manutenzione; indecente, infine, è che muoversi da e per la Sardegna sia diventato un benefit concesso a discrezione e ai prezzi monopolistici delle compagnie aeree e di navigazione.

Si portano ad esempio di senso civico le Nazioni scandinave dove è facile riscontrare il tornaconto di essere onesti cittadini: servizi sociali che funzionano, strade mantenute, re che si spostano in bicicletta.

Credo che le indecenze citate, tutte terribilmente reali, non siano indecenze contrapposte o da contrapporre ma siano tanti sintomi di una indecenza più grande, il modello sociale che scientificamente si sta smantellando. Credo che almeno noi classe media, o quello che ne resta, dovremmo capire che o si trova una linea di azione comune, come nel '48 con la Costituzione, proponendo politiche di insieme coraggiose, innovative, oneste e di difesa

del livello di civiltà raggiunto, o siamo già virtualmente morti in attesa che qualcuno stacchi la spina.

La meritocrazia è diventata una parolaccia e si finge di non vedere che senza questa si blocca l'ascensore sociale; ma solo in salita perché in discesa continua a funzionare anche troppo bene. Stiamo infatti assistendo all'arricchirsi di una sempre più esigua minoranza e un impoverirsi della stragrande maggioranza: certo meno disuguaglianze ma essendo impossibile livellare in alto (anche per la penalizzazione di chi potrebbe produrre e aumentare il PIL) si livella verso il basso. È molto più facile togliere che aggiungere.

È NOI LIONS COSA POSSIAMO FARE PER PROMUOVERE IL BUONGOVERNO, COME RECITANO I NOSTRI SCOPI?

L'argomento non è facile da affrontare e certamente non alla portata di un singolo, ma non dimentico di appartenere alla più grande associazione di servizio del mondo forte di circa 1.500.000 iscritti; mi e vi chiedo: vogliamo noi lion continuare a tacere? Il patrimonio di credibilità e di autorevolezza lasciatoci dai grandi Padri del nostro Distretto non è inesauribile, come ammonisce Marco Rettighieri su Lionismo di Settembre-Ottobre scorso.

Fornire un luogo per aperti dibattiti su qualsiasi tema di interesse pubblico con l'eccezione della politica di parte e del settarismo religioso può essere una strada da tentare, avvicinando e coinvolgendo le tante realtà anche imprenditoriali che nel nostro Paese si ripropongono di frenare questo degrado. Ricorriamo alla nostra grande tradizione culturale che è riuscita a coniugare scienza e filosofia, arte e commercio e che oggi cede il passo acriticamente al consumismo globalizzante trascurando l'università e l'istruzione in genere, sottovalutando l'esodo dei migliori, falciando la piccola e media imprenditoria da sempre linfa vitale della nostra economia basata sull'inventiva e sulle peculiarità esclusive del nostro territorio. **L**

Il dissesto idrogeologico è una delle piaghe del Belpaese



L'AILD IN CAMPO PER ADDESTRARE I CANI CHE INTERCETTERANNO IL DIABETE

Nuove alleanze con importanti sodalizi e sottoscrizione di protocolli d'intesa finalizzati a prevenire l'insorgenza della patologia e assistere chi ne soffre

Si apre nell'ottica dell'operatività il 2020, che conferma la vocazione scientifica e assistenziale dell'Aild, l'Associazione Italiana Lions per il Diabete.

A Perugia, il direttivo ha scelto l'11 gennaio come data ufficiale per la prima assemblea del nuovo anno. L'evento si è reso necessario per discutere del circolo virtuoso d'idee e proposte che l'associazione metterà in campo prossimamente, in un futuro molto vicino, grazie all'azione delle nascenti delegazioni territoriali. Delegazioni che, come braccio operativo, saranno capaci d'intercettare bisogni ed esigenze del territorio. In attesa che si compia l'attuazione della nuova legge sul Terzo Settore, Sanremo, Chianciano, Carate Brianza, Monza, Milano, Lecce, Arezzo, Lucca saranno le prime delegazioni e, grazie al protocollo d'intesa col Multidistretto, si conta che altre delegazioni e comunità lionistiche su tutto il territorio nazionale riceveranno il previsto nulla osta.

Importanti relazioni con realtà associative, alcune nuove, altre già vigenti, si manifestano in questa giornata: l'Aniad (Associazione Nazionale Italiana Atleti Diabetici), con la quale Aild ha formalizzato un proficuo protocollo d'intesa a favore delle persone malate di diabete, in un'ottica di mutuo sostegno. Una nuova intesa con



A sinistra: la pettorina che sarà indossata dai "Cani allerta diabete", preparati dagli addestratori di "Progetto Serena"

l'ABiU (Associazione Biologi Umbria), che si propone come partner prezioso, mettendo a nostra disposizione le proprie figure professionali in occasione d'iniziativa salutistiche promosse a sostegno dei programmi dell'Aild.

Si è discusso delle ormai consolidate partnership con Federfarma e Technogym, quest'ultima fondamentale per la vita del progetto ambizioso del DWWe, ovvero il fine settimana dedicato a benessere, salute e sport di persone affette da diabete, ma anche del cittadino sano e attento a mantenere una condizione ottimale contro l'insorgenza della patologia. È ufficiale l'annuncio della prossima edizione di una manifestazione che vedrà la presenza massiccia di testimonial del mondo sportivo.

Grande novità rappresenta il protocollo d'intesa tra Aild e il "Progetto Serena", fondato da Roberto Zampieri. Senza finalità di lucro, il progetto si occupa di preparare i cani per l'allerta diabete, capaci di rilevare nei pazienti accompagnati dai quattro zampe, soprattutto se bambini o anziani, eventuali variazioni glicemiche. La collaborazione sarà concretizzata con l'addestramento dei cani, da parte di cinofili specializzati, per intercettare le crisi ipo o iper glicemiche dei malati di diabete. L'Aild prosegue e impreziosisce così l'opera dei lions, in un'ottica di prevenzione e assistenza del cittadino. **L**

Dall'assemblea Aild sono scaturite interessanti proposte per affrontare al meglio le prossime sfide dell'Associazione. Nella foto in basso, da sinistra: Emilia Fresia, presidente nazionale Leo, Luigi Tarricone, presidente del Consiglio dei Governatori e Mauro Andretta, presidente Aild



di
**PIERO
LABATE**

Addetto Stampa Aild



“PRE LEO EUROPA FORUM” INCONTRO TRA SERVICE E CULTURE

Tre giorni a Roma passati all'insegna della solidarietà, del confronto e della formazione con i “leoncini” provenienti da 28 nazioni. In attesa del prossimo appuntamento di agosto



Il Pre Forum Europeo di gennaio ha visto leo provenienti da 28 Paesi che hanno vissuto tre giorni all'insegna del confronto

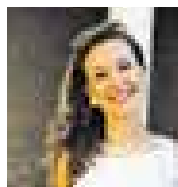
In un momento storico come il nostro, in cui è facile cedere a tentazioni divisive, noi Leo abbiamo ribadito quanto sia produttivo e importante la collaborazione in ambito internazionale.

Dal 17 al 19 gennaio si è tenuto il “Pre Leo Europa Forum”, appuntamento internazionale che ha visto radunarsi a Roma i Leo provenienti da tutti i paesi europei. Si tratta dell'appuntamento che precede il Leo Europa Forum (LEF) di agosto, il quale si terrà nella stessa e spettacolare cornice della Capitale. L'anteprima di gennaio permette ai delegati multidistrettuali dei diversi paesi e a tutti i soci delle nazioni europee che ne abbiano piacere, di potersi incontrare, conoscere e valutare sia le strutture che saranno messe a disposizione per il Leo Europa Forum di agosto sia per pianificare il proprio lavoro nei mesi successivi. L'Italia, durante il Leo Europa Forum che si è tenuto in Ungheria lo scorso anno, è riuscita ad aggiudicarsi, tra tutte le nazioni europee, la vittoria come paese ospitante del LEF 2020. È questa una

vittoria doppiamente importante per il nostro Distretto. Roma farà sì la sua parte con tutta la sua bellezza, ma anche i nostri soci daranno il proprio contributo per ciò che concerne l'organizzazione di service, gite e trasporti: questi saranno infatti coordinati anche dal nostro Distretto, al fine di rendere indimenticabile la permanenza per tutti coloro che vorranno partecipare.

In questo primo appuntamento di gennaio, i delegati internazionali dei Multidistretti Leo europei hanno passato due giorni all'insegna del confronto e dello scambio di idee: se è vero che la forza della nostra Associazione risiede nel suo carattere internazionale, nulla concretizza meglio ciò di questo appuntamento. Confrontandosi, scambiandosi spunti e suggerimenti, i Leo hanno potuto non solo conoscere le realtà di altri Paesi, ma hanno potuto anche trarre nuove idee per service innovativi e capaci di rispondere alle mutate esigenze della società.

Si sono susseguiti service e workshop di sensibilizzazione su diverse tematiche, prima fra tutte l'Area Vista. In merito alle attività svolte in tale ambito, non a caso i Lions sono detti Cavalieri della Luce; proprio partendo da ciò, il Leo Club Italia ha organizzato in questa occasione internazionale un seminario sul tema della vista, tenuto dal Presidente dell'Unione Italiana Ciechi - sezione Lazio inerente alle nuove tecno-



di
**ARIANNA
PERNA**

Redattrice di Lionismo

**LABORATORI E MEETING HANNO
CONSENTITO UN AMPIO DIALOGO
FAVORENDO SCAMBI DI IDEE
CAPACI DI RISPONDERE
ALLE NUOVE ISTANZE DELLA SOCIETÀ**

logie (tastiere in braille, ad esempio) messe oggi a disposizione dei ciechi e volte a una loro sempre migliore integrazione nella società. Il secondo seminario, invece, è stato condotto da una professionista esperta sul linguaggio dei segni, la quale non solo ha insegnato ai partecipanti la realizzazione di alcuni fonemi di base, ma ha anche permesso la realizzazione pratica di quanto appreso, facendo “tradurre” in modo corale una canzone nella lingua dei segni.

Lo scopo di entrambi i laboratori è stato quello di mostrare l'estrema capacità posseduta da chi ha una disabilità nell'affrontare quelli che per noi sono semplici gesti quotidiani, al fine di favorire una maggiore integrazione nella nostra società per coloro che, al contrario dell'opinione comune, hanno delle capacità sorprendenti.

Oltre alle attività di sensibilizzazione, si sono alternati numerosi service 100% made in Italy: in primis, la sessione ispirata al nostro Tema di Sensibilizzazione Nazionale (TESN) “Dono Positivo, Zero Negativo”, progetto realizzato dal nostro Multidistretto e atto a sensibilizzare sul tema della donazione del sangue. In questa attività i partecipanti, divisi in squadre corrispondenti ai diversi gruppi sanguigni, si sono sfidati in attività e giochi, con la possibilità per le squadre di poter aiutare vicendevolmente solo la squadra che rappresentava il gruppo sanguigno compatibile con il proprio, secondo la logica donatore-ricevente.

Gli ultimi due service organizzati dal Multidistretto Leo 108 Italy sono stati inerenti all'Area Fame, e hanno permesso di far conoscere ai “leoncini” europei due



I leo italiani hanno prestato aiuto a due mense della Caritas, facendo conoscere ai leo europei le attività inerenti l'Area Fame

importanti strutture italiane appartenenti alla Caritas: la Casa di Santa Giacinta, che offre soprattutto servizi di mensa ai bisognosi, e il Ferrhotel, centro di accoglienza per rifugiati, dai 16 anni in su, provenienti da paesi quali Libia o Nigeria. In entrambe le strutture, i Leo hanno fornito il loro aiu-

L'INTERNAZIONALITÀ È UNO STRUMENTO POTENTE CHE RAFFORZA NOI GIOVANI COME SOCI MA, SOPRATTUTTO, COME PERSONE ATTIVE DELLA COMUNITÀ

to collaborando nel servizio mensa e, nel caso del Ferrhotel, hanno fatto conoscere ai ragazzi rifugiati il *Let's Play Different*, un innovativo gioco dell'oca realizzato dal Leo Club Italia e volto alla sensibilizzazione sulle diverse disabilità.

A conclusione del Pre Leo Europa Forum sono tanti gli aspetti su cui porre l'attenzione: passare tre giorni con ragazzi provenienti da tutto il Vecchio Continente, confrontarsi e ricevere nuovi stimoli in merito a ciò che ci accomuna tutti, il service, è

un elemento di fondamentale importanza. L'internazionalità è uno strumento potente, che rafforza e forma noi giovani in quanto Leo ma, soprattutto, in quanto persone e membri attivi di una società.

Conoscere ragazzi di Paesi diversi forma coscienze aperte e cosmopolite, che vedono il diverso non come una minaccia ma come un'opportunità. **L**

Il Comitato Organizzatore del Forum dei leo europei può contare sul contributo di numerosi soci del Distretto Leo 108 L



SCAMBI GIOVANILI, UN'IMMERSIONE NELLA CULTURA E NEL LIONISMO

L'obiettivo è quello di unire popoli e culture, condividere idee e tradizioni e diffondere lo spirito lionistico tra i ragazzi



tra nell'ambito dell'Area Giovani. I Lions si occupano di sponsorizzare uno o più candidati tra i partecipanti ai concorsi scolastici con lo scopo di far conoscere culture e tradizioni di altri Paesi e di creare nuovi legami e nuove amicizie.

I fortunati vincitori dei concorsi hanno quindi la possibilità di essere ospitati in famiglia e di partecipare a un campo insieme ad altri ragazzi provenienti da altri paesi. Gli Scambi Giovanili hanno l'obiettivo di unire popoli e culture, con-

I liceali che hanno partecipato al concorso Scambi Giovanili Lions

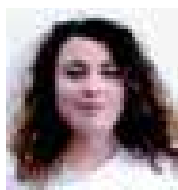
Negli ultimi tempi il Lions Club Ciampino e la YCEC Sandra Becostrino si sono recati presso il Liceo Scientifico Volterra di Ciampino per presentare il concorso scolastico degli Scambi Giovanili Lions. Da cinque anni il Lions Club Ciampino sponsorizza questo service che ha permesso a quattordici ragazzi di partire per gli Scambi. Inoltre, negli ultimi due anni, alcune famiglie hanno aderito all'iniziativa di ospitare ragazzi provenienti da diversi Paesi. Il giorno seguente il Lions Club Roma Mare e la YCEC hanno presentato il concorso al Liceo Scientifico e Linguistico Statale "F. Enriques" di Ostia.

Dal 2016 il Liceo aderisce con entusiasmo al service mentre, negli anni passati, il concorso era stato presentato al Liceo Scientifico Statale "A. Labriola" di Ostia. In totale, calcolando entrambe le scuole, sono partiti otto ragazzi e quest'anno una famiglia ospiterà una ragazza giapponese.

Il service degli Scambi Giovanili rien-

dividere idee e tradizioni e diffondere lo spirito lionistico tra i giovani. Gli Scambi danno ai ragazzi la possibilità di viaggiare in tantissimi paesi del mondo, dagli Stati Uniti alla Cina, dalla Danimarca alla Nuova Zelanda e non solo. I Club Lions che aderiscono al service sono sempre più numerosi e permettono, quindi, a tanti ragazzi di partecipare a un'esperienza unica, indimenticabile e soprattutto formativa.

I Club del Distretto che hanno sponsorizzato i concorsi scolastici per il 2020, oltre ai Club sopra menzionati, sono: il Roma Pantheon, il Passo Corese Sabina Gens Host, il Club Spoleto, il Club Sabaudia San Felice Circeo Host, il Perugia Concordia, il Civita Castellana Falerii Veteres, il Tivoli Host, il Velletri Host, il Montefiascone Falisco Vulturno. Grazie al loro contributo tanti ragazzi viaggeranno alla scoperta di nuovi mondi e saranno ambasciatori del Distretto 108L, divulgando la cultura e le tradizioni italiane. **L**



di
**AURORA
PURILLI**
Informatico
Scambi Giovanili
Franco Fuduli

Scuola e Sport per battere il bullismo

L'allerta dei club Lions e Leo di Città di Castello, Umbertide, Gubbio e Montone sulle insidie di Internet La collaborazione preziosa e vincente con gli studenti e le società sportive del territorio

di
MARTA MINCIOTTI
Addetto stampa
L.C. Città di Castello Host

Presso la biblioteca comunale di Città di Castello sono stati presentati i progetti Lions "Un calcio al bullismo" e "Interconnettiamoci... ma con la testa"

I nostri progetti "Interconnettiamoci... ma con la testa" e "Un calcio al bullismo" sono stati presentati alla città e alla stampa presso la biblioteca comunale Giosuè Carducci. Tali iniziative sono frutto della collaborazione fra i club Lions Città di Castello Host, Città di Castello Tiferno, Gubbio, Montone Aries e Umbertide, insieme ai Leo tifernati ed eugubini. "Il programma svolto - ha rimarcato il presidente del L.C. Città di Castello



Host, Roberto Masi - è nato dalla fusione del tema di studio e del service nazionale. Si è ritenuto di doverli trattare congiuntamente perché sempre più spesso assistiamo a un uso distorto della Rete, il che si presta a favorire gli episodi di bullismo in internet. I lions avvertono grande responsabilità verso i giovani e pertanto ritengono di doverli tutelare aiutandoli a crescere sani e sereni, praticando la cultura del rispetto e della tolleranza".

Sono stati approntati 15 striscioni che riproducono gli slogan del service "Stop al bullismo" e "Interconnettiamoci... ma con la testa", oltre ai loghi lions e leo. Si tratta di una realizzazione grafica rivolta ai ragazzi e di forte impatto. Inoltre sono state prodotte 100 magliette con scritte e loghi, che saranno indossate dai giovani in occasione di iniziative varie da concordare e programmare a breve. Sono stati stampati e saranno consegnati agli studenti anche 14.000 segnalibri, in ciascuno dei quali è riportato un messaggio contro il bullismo elaborato da uno psicologo. Si spera così di sollecitare le corde più sensibili dei ragazzi. Ogni segnalibro riporta inoltre il numero telefonico 114, attivo 24 ore su 24, al

quale i giovani possono rivolgersi e chiedere aiuto nei casi di necessità.

All'iniziativa hanno preso parte anche il sindaco di Città di Castello Luciano Bacchetta, l'assessore alle Politiche sociali Luciana Bassini e l'assessore allo Sport Massimo Massetti, che hanno sottolineato l'attualità del tema trattato, dichiarandosi disponibili a provvedere all'affissione gratuita degli striscioni in tutti gli impianti sportivi del territorio.

È da evidenziare la collaborazione tra il L.C. Città di Castello Host e la locale squadra di pallavolo Job Italia, rappresentata all'evento dal presidente Amedeo Cancellieri, dall'allenatore Marco Bartolini, dai giocatori Alberto Celestini e Francesco Cesari. Nelle maglie delle squadre che partecipano ai campionati di serie B, D e "Giovanile" è riportato il logo Lions con lo slogan "Stop al Bullismo". Il presidente Cancellieri ha detto che la sua società è pronta a condividere con il nostro club le finalità del progetto favorendo la divulgazione dei contenuti. **L**

Il logo Lions di Città di Castello Host con lo slogan "Stop al bullismo" spicca sulle magliette delle squadre tifernati di pallavolo del Job Italia che disputano i campionati di B, D e "Giovanile"



A San Teodoro si parla di prevenzione con i ragazzi dell'Alberghiero di Budoni

di
**CASSANDRA
PIRAS**
L.C. San Teodoro

Il Progetto Martina ha catturato l'attenzione degli studenti

Di grande interesse la mattinata del 10 dicembre scorso per gli studenti dell'Istituto Alberghiero IPSAR di Budoni Agrustos che hanno assistito alla conferenza medica sul tema "I tumori giovanili - Prevenzione" inserito nel service "Progetto Martina". Il tutto nella cornice dell'accogliente teatro comunale del centro costiero di Budoni, luogo di vacanze, posto sulla costa orientale a Sud di Olbia.

I centottanta studenti presenti hanno osservato un religioso silenzio, mostrando grande interesse a quanto i medici oncologici andavano loro spiegando. I sanitari hanno puntato il dito sugli errati stili di vita che i giovani inconsciamente amano vivere e che, se opportunamente corretti, fungono da efficace prevenzione.

Un corretto stile di vita, con la messa in pratica di alcuni accorgimenti, può evitare ai maschi l'insorgere di carcinomi al testicolo e alle femmine tumore alle mammelle o al collo dell'utero.

Regole semplici, si potrebbe dire: niente alcool, niente sigarette, bandire ogni tipo di sostanza stupefacente, condurre insomma una vita sana fatta di attività sportive e una corretta alimentazione: consigliata la dieta mediterranea. Quindi, attenzione al cibo spazzatura tanto in voga tra i giovani. Non sarà passibile eliminarlo dalle abitudini alimentari della platea, ma sarà opportuno limitarne il consumo. Così come i ragazzi sono stati allertati dai rischi che i jeans troppo stretti possono causare specie al sesso maschile con la compressione dei genitali che potrebbe portare, come appena detto, ai tumori del testicolo, in netta crescita.

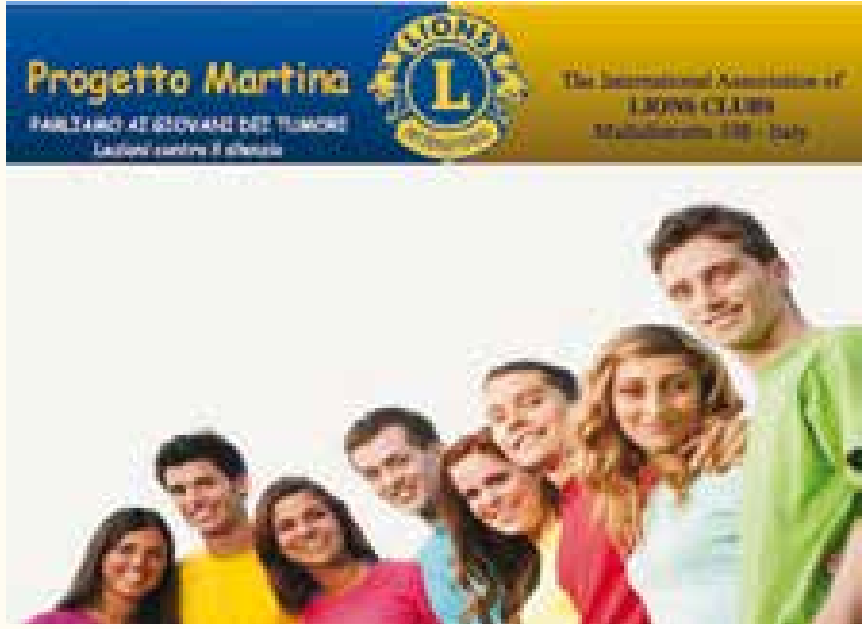
I relatori hanno spiegato esaurientemente i danni che può provocare il sole se, nei mesi estivi, ci si espone dalle undici alle diciassette: può causare il tumore della pelle e hanno consigliato di proteggersi con creme idonee.

La chiarezza nella esposizione dei temi trattati e l'importanza degli stessi ha fatto definire la mattinata una impagabile lezione di vita.

I medici hanno definito intelligenti, appropriate e attinenti le domande loro rivolte dai ragazzi. I docenti hanno ringraziato il Lion Club di San Teodoro.

Presenti alcuni Amministratori comunali; Antonio Addis in nome del Sindaco e dell'intera Amministrazione, nell'apprezzare la meritoria iniziativa dei Lions, si è detto disponibile a ospitarli in avvenire per ogni loro lodevole iniziativa.

Il Secondo Vice Governatore Distrettuale, Silverio Forte-leoni, presente all'incontro, ha portato la sua personale e umana esperienza a testimonianza di quanto sia importante la prevenzione e di come essa possa portare a superare la devastante fase della malattia, e di come possa essere sconfitta. **L**



I Lions di Assisi sostengono l'Oncologia pediatrica

Nell'ambito di un convegno sulle neoplasie infantili, si è svolta con successo una raccolta fondi per sostenere una specializzanda in Radioterapia Oncologica dell'Università di Perugia

di
DEBORA SIENA
Presidente
L.C. Assisi

Nel programma dell'annata corrente, figura la "Lotta alle neoplasie infantili". Da qui l'idea del progetto "I Lions per la vita, a sostegno dell'Oncologia Pediatrica dell'ospedale Santa Maria della Misericordia di Perugia", attuato il 24 gennaio scorso nella "Sala della Conciliazione" del Comune di Assisi. Alla manifestazione hanno presenziato 240 ospiti che, provenienti da varie parti dell'Umbria, hanno condiviso coi soci dei club i valori della solidarietà verso gli altri. Essi hanno pure partecipato a una raccolta fondi da destinare alla cura dei bambini colpiti da neoplasie.

Sono intervenuti due relatori di grande prestigio: la professoressa Cynthia Aristei, ordinario di Radioterapia Oncologica dell'Università di Perugia e il professor Maurizio Caniglia, responsabile della struttura Oncoematologia Pediatrica e Trapianto del Midollo del Policlinico di Perugia. In platea, i presidenti dei club della Zona 9D, quelli di Circo-scrizione Ansalone e di Zona Fagotti. Poi c'è stata la visita al Foro Romano. Qui, nella Sala delle Volte, si è tenuta la conviviale "A Cena con Giorgione".

Al termine della serata e alla presenza del DG Massimo Paggi, è stato donato un assegno di tremila euro, a sostegno della borsa di studio, alla dottoressa Simonetta Saldi, specializzanda della Radioterapia Oncologica di Perugia per la cura delle neoplasie infantili. L'obiettivo programmato è stato così raggiunto.

I presidenti dei quattro club lions promotori (Assisi, Guardo Tadino, Foligno, Spoleto) e il piccolo comitato "A Cena con Giorgione" (composto da Carlo Brondi, Erminia Casadei, Antonello Fagotti, Gianluca Fagotti, Flaminio Flavi, Debora Siena, Roberto Tomassini) sono riusciti a sensibilizzare i partecipanti verso chi ha più bisogno; nella fattispecie i bambini affetti da malattie importanti. Collaborando insieme, crediamo di avere dato attuazione pratica almeno a uno degli scopi del Lionismo. Pare doveroso sottolineare anche il lavoro svolto dal comitato, di certo lodevole per contenuti e modalità di attuazione dell'evento.

La cerimonia di consegna dell'assegno da 3mila euro alla dottoressa Simonetta Saldi



Corre altresì il dovere di ringraziare il sindaco di Assisi Stefania Proietti per la collaborazione e il Presidente dell'Ente Calendimaggio per la visita al Foro Romano e la disponibilità di sale e cucina. Un grazie sentito va inoltre ai ragazzi dell'IPSSAR di Assisi e ai loro docenti, che li hanno coordinati nel perfetto servizio svolto in sala. Infine un ringraziamento al cuoco Giorgione e ai suoi solerti collaboratori per il gradito menu, molto apprezzato, e al gruppo musicale "I Soliti Ignoti Jazz Ensemble", che ha allietato la serata. L

Anche un sorriso può alleviare la sofferenza

I lions ternani operano con successo per lenire l'afflizione dei malati Donazioni a sostegno del Residence Daniele Chianelli, che ospita a Perugia i familiari non residenti dei ricoverati in ospedale

La conviviale tenutasi per il consueto scambio degli auguri di Natale è stata qualcosa di più di una cena tradizionale; è stato un incontro incentrato sui valori fondanti del lionismo. Grazie alla vendita di alberi di Natale in cioccolato, è stato possibile raccogliere 2.800 euro, donati al “Comitato per la vita Daniele Chianelli”, che sostiene le attività condotte nell’ambito della cura delle leucemie, dei linfomi e dei tumori.

Il sodalizio promuove anche la cura e il supporto socio-psicologico dei malati, segnatamente bambini; sostiene e assiste nella globalità le famiglie dei pazienti ed eroga contributi finalizzati all’acquisto di apparecchiature e al miglioramento degli apparati. Inoltre finanzia borse di studio a favore di giovani ricercatori nel campo delle neoplasie e sostiene l’aggiornamento del personale medico e paramedico.

La serata è stata arricchita dall’esibizione dei *Clown Vip*, un’associazione di cui è presidente il nostro socio Stefano Stellati, che guida un gruppo di volontari la cui missione è portare sorrisi e gioia a chi ne ha bisogno, convinti che ridere aiuti ad affrontare meglio la malattia, la sofferenza e l’invecchiamento. Prima di operare nelle strutture di riferimento, ciascun aderente segue corsi di preparazione con trainer qualificati; e cioè con psicologi e soci di provata esperienza maturata sul campo. I quali li guidano durante i periodici corsi di aggiornamento, volti a migliorarne sempre più le capacità operative e la vocazione a prestare assistenza anche suscitando un sorriso in chi soffre.

Gli ospiti sono stati intrattenuti pure dalla *Angeloni Jazz Orchestra* del liceo musicale “Angeloni” e dal mentalista Francesco Rizzo. “Siamo onorati - ha detto il presidente Carlo Viola - di contribuire al conseguimento di un obiettivo nobile, offrendo supporto a un’associazione che, nel periodo 2003-2006, ha realizzato, nei pressi dell’ospedale Santa Maria della Misericordia di Perugia, il *Residence Daniele Chianelli*, dove sono ospitate le famiglie dei malati non residenti in città; fra gli altri, sono stati in molti i cittadini di Terni che, finora, di tale ospitalità hanno fruito. Con altre donazioni, come questa nostra, a breve la struttura sarà dotata di nuovi mini appartamenti, di cui si sente da qualche tempo il bisogno. Il club preferisce svolgere attività che consentano di stare accanto a chi soffre. In tale proposito stanno il senso del nostro servizio e l’impegno a proseguire su questa strada”. **L**

di
**MARIA RITA
CHIASSAI**

L.C. Terni Host



**Il presidente
del Terni Host
Carlo Viola
e Franco Chianelli**



**Clown Vip,
il gruppo di volontari
la cui missione
è quella di portare
sorrisi e gioia
a chi soffre**

Banco Farmaceutico per gli anziani indigenti

Il club di Spoleto reperisce medicinali e aiuta le famiglie in difficoltà

di
**VITO
BETTI**
L.C. Spoleto

Venti anni di Banco Farmaceutico: quale occasione migliore per dare il proprio contributo e aiutare i cittadini a donare farmaci di automedicazione ai più bisognosi!

Il Lions Club Spoleto ha risposto presente e con i suoi soci ha dato il suo contributo presso la Farmacia Betti di Spoleto spiegando ai cittadini le finalità dell'iniziativa e aiutandoli nell'acquisto dei prodotti.

A fine giornata sono state raccolte più di 200 confezioni di medicinali rendendo l'attività notevolmente proficua. I farmaci saranno destinati ad anziani e famiglie bisognose.

In Italia ci sono 1,8 milioni di famiglie e 5 milioni di individui che vivono in condizioni d'indigenza. Tra questi, nel 2019, sono stati 473mila quelli che hanno avuto bisogno di farmaci e hanno chiesto aiuto. La richiesta di medicinali da parte degli enti assistenziali

è cresciuta in 7 anni del 28%. Val la pena, infine, ricordare che tra i 5 milioni di poveri 1 milione e 260mila sono minori; questo, nonostante la nostra Costituzione riconosca al bambino il diritto di veder riconosciuti i propri interessi e le proprie esigenze come superiori. Tutto ciò significa che nel nostro Paese c'è ancora tanto da fare; la raccolta del farmaco è solo un piccolo segnale che si vuol dare per provare a risolvere in parte il dramma della povertà.

Il L.C. Spoleto nello spirito del We Serve si è dimostrato sensibile e soprattutto attivo, riproponendosi anche il prossimo anno per far sì che nessuno debba più scegliere se mangiare o curarsi. **L**



Il Banco farmaceutico presso la Farmacia Betti Vito. Nella foto Gianni Ferneti, Vito Betti e Massimo Sabatini

di
**LUISA
ANGELINI PAROLI**
L.C. Spoleto

I Leo raccolgono fondi per l'AUCC

Il torneo di Burraco ha fruttato la somma di duemila euro

Si è svolto il 5 gennaio l'ormai tradizionale torneo di Burraco, giunto alla quarta edizione e organizzato dal Leo Club di Spoleto. Il torneo è intitolato a una socia del L.C. Spoleto, Giovina Viola, che ricoprì molti incarichi, anche nel Distretto, nel corso della sua vita lionistica e fu la prima donna ad essere presidente del club della città. Il suo impegno lionistico fu anche premiato con l'attribuzione dell'alta onorificenza Melvin Jones Fellow.

Il ricavato del torneo è stato devoluto a un'importante associazione che opera in

ambito regionale e anche cittadino, occupandosi nell'ospedale di Spoleto dell'assistenza ai pazienti oncologici e alle loro famiglie dal punto di vista del supporto psicologico. Si tratta dell'AUCC, ossia l'Associazione Umbra per la Lotta Contro il Cancro.

Anche la referente del Comitato AUCC spoletino, Letizia Angelini Paroli, ha preso parte all'evento e ha ringraziato sia i Leo per l'organizzazione e la finalità della loro lodevole iniziativa, sia tutti i numerosi partecipanti al torneo che, con il loro gioco, hanno permesso di realizzare la cospicua donazione di 2mila euro. Al torneo si sono sfidati insieme ai Leo e alcuni soci Lions anche giocatori spoletini da sempre sensibili a questo evento. **L**

I ragazzi del Leo Club di Spoleto promotori dell'iniziativa



Le cinque aree di intervento Lions “sposate” in toto dalle istituzioni

Accordo tra il club Parioli New Century e il II Municipio di Roma Capitale

ALo scorso otto gennaio è stato sottoscritto un protocollo d'intesa tra il Lions Club Roma Parioli New Century e il II Municipio di Roma Capitale. L'accordo, firmato alla presenza del primo vice governatore del Distretto 108L Quintino Mezzoprete, riguarda la realizzazione di iniziative comuni nell'ambito delle cinque aree d'intervento dei Lions. Ambiente, Comunità, Giovani, Salute e Scuola.

Questi ambiti entrano a pieno titolo negli obiettivi ONU stabiliti con l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile. L'obiettivo è comune: il miglioramento della qualità della vita. E noi lions possiamo dare supporto alle politiche pubbliche con la nostra azione e le nostre proposte. Più nello specifico, nei prossimi mesi, grazie all'accordo sottoscritto, saranno organizzate giornate di prevenzione gratuite in luoghi pubblici e iniziative sul service nazionale “Interconnettiamoci” e sul tema di studio nazionale “Un calcio al bullismo”.

Il lionismo a livello globale è l'insieme di migliaia di iniziative realizzate su scala locale, che all'apparenza sembrano “cattedrali nel deserto” ma, invece, rappresentano proprio il nostro valore. Le iniziative che mettiamo in campo vanno ad occuparsi delle ferite sociali della società globale.

Dunque, per rafforzare questi risultati, occorre valorizzare i percorsi di leale collaborazione con i cosiddetti “decisori pubblici”, seguendo il dettato dell'art. 118 della Costituzione sulla sussidiarietà orizzontale. L'impegno lionistico è guidato dalla bussola del *We serve* che possiamo tradurre nel “lionismo del fare”. Il nostro motto è declinato in concreto attraverso i service che rappresentano la nostra carta d'identità e sono un sostegno importante per spalancare le porte dei Club ai nuovi soci.

La nuova organizzazione interna, con l'introduzione del GAT, risponde a queste esigenze. Verso l'esterno, per selezionare nuovi soci, che si possono avvicinare attraverso le iniziative pubbliche; verso l'interno, con la formazione alla leadership di club e al coordinamento dei service.

La scelta di aprirsi alla società è indispensabile per creare opportunità per conoscere la nostra realtà, attraverso l'impegno e la passione. In tale senso, l'apporto del club New Century è centrale per il coinvolgimento dei giovani. In questa direzione, vanno anche le linee guida approvate dal Congresso d'autunno del 2017 a Spoleto che tracciano una guida preziosa per l'impegno di oggi e del domani con il coinvolgimento delle giovani generazioni.



Lo spirito di servizio, in coerenza con gli scopi e l'etica lionistica, guida il nostro impegno di servizio verso le comunità, moltiplicando iniziative di collaborazione con soggetti istituzionali e sociali. Il miglioramento del service passa anche per un rafforzamento della cooperazione tra i Club, in particolare, dello stesso territorio o zona, se vogliamo dare un perimetro, secondo la nostra organizzazione interna. **L**

di
**BERARDINO
ZOINA**
Presidente
L.C. Roma Parioli
New Century

Da sinistra:
Quintino Mezzoprete,
1° vice Governatore
Distretto Lions 108L,
Berardino Zoina,
presidente L.C. Roma
Parioli New Century
e Francesca Del Bello,
presidente del
II Municipio
di Roma Capitale

DOVE C'È BISOGNO, LÌ C'È UN LIONS

Scegli il tuo service

WE SERVE
AMBIENTE
WE SERVE
COMUNITÀ
WE SERVE
SCUOLA
WE SERVE
GIOVANI
WE SERVE
SALUTE

SALUTE
GIOVANI
SCUOLA
COMUNITÀ
AMBIENTE

LIONS CLUBS INTERNATIONAL
MULTIDISTRETTO 108 ITALY



i tuoi occhiali...



*...a te non servono più,
ma possono aiutare qualcuno
a riacquistare la vista!*

