

IL PUNTO DI VISTA DEI NUOVI SOCI

MOTIVAZIONI, ASPETTATIVE, PROPOSTE



RISULTANZE DEL SONDAGGIO CONDOTTO CON I SOCI
DEL DISTRETTO ENTRATI NEL LIONS DALL'ANNO 2017 IN POI



Distretto Lions 108Ta2

IL PUNTO DI VISTA DEI NUOVI SOCI MOTIVAZIONI, ASPETTATIVE, PROPOSTE

RISULTANZE DEL SONDAGGIO CONDOTTO CON I SOCI DEL DISTRETTO ENTRATI NEL LIONS DALL'ANNO 2017 IN POI

Abbiamo invitato a partecipare al sondaggio, in accordo con i Presidenti dei club, i 243 soci entrati dopo il 2017, quindi con al massimo 3 anni di appartenenza. Siamo riusciti ad intervistare 63 soci raccogliendo: pareri, nuove idee e riflessioni di sicuro interesse.

L'interrogativo principale su cui si è svolto è stato: *“Come essere efficaci ed attrattivi nei confronti della collettività, come creare tra i soci coinvolgimento e partecipazione, quale ruolo dovrebbe avere il Lions, le aspettative del socio e altri aspetti”*.

Interviste svolte con un contatto diretto tra l'intervistatore ed il socio, senza schemi o moduli da compilare. Ricercata la spontaneità, la “freschezza”.

Iniziate nel febbraio 2020 con contatti diretti con il socio, le interviste sono continuate con colloqui telefonici, per concludersi all'inizio di giugno 2020.

Il Sondaggio è stato proposto e coordinato dal Comitato Studi e dal GMT distrettuali. Preziosa la collaborazione dei Coordinatori distrettuali GMT, GLT, GST.

Le interviste sono state svolte dagli Officer distrettuali appartenenti alle strutture GMT, GLT, GST e Comitato Studi.

PARTE PRIMA - I SOCI INTERVISTATI

Il totale dei soci entrati dopo il 2017 è di 243, di cui 146 uomini e 97 donne. Hanno partecipato al Sondaggio 63 soci.

La tabella e i grafici sottostanti riportano i dati riepilogativi relativi agli intervistati.

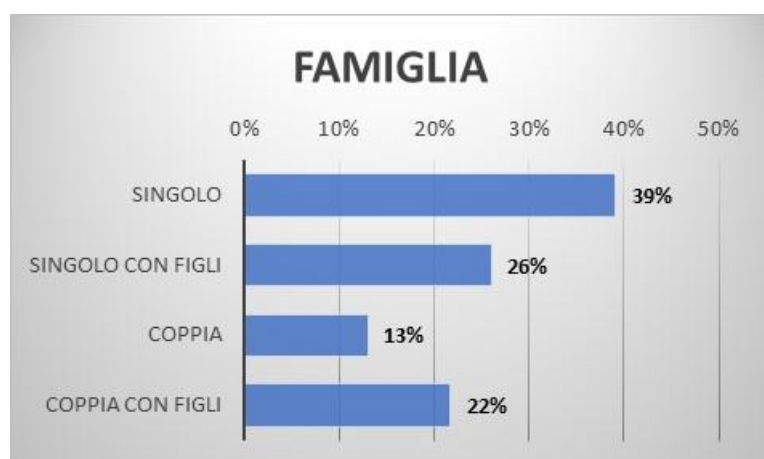
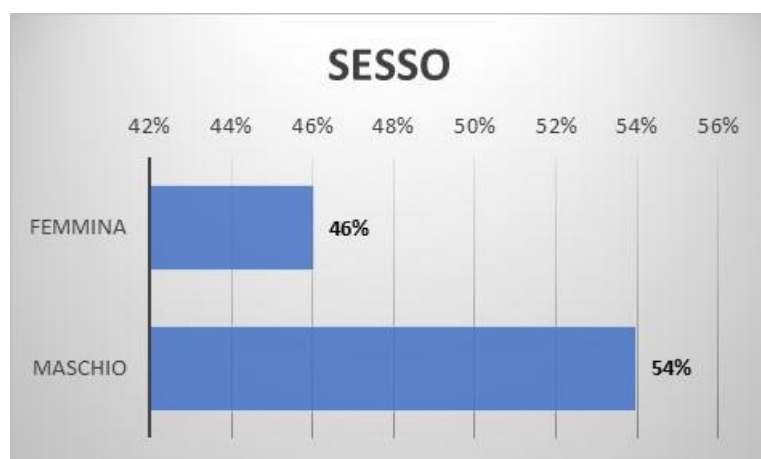
Gli aspetti da sottolineare:

- La presenza significativa di donne, ben 29, con una percentuale del 45%, rispetto a 34 uomini
- La fascia di età più disponibile alla intervista è stata quella tra i 46 e i 50 anni con 14 soci, ma da sottolineare anche i 15 soci oltre i 65 anni
- Più partecipi i soci con 1 o 2 anni di anzianità Lions
- Le zone che hanno contribuito maggiormente sono la C, la A e la E

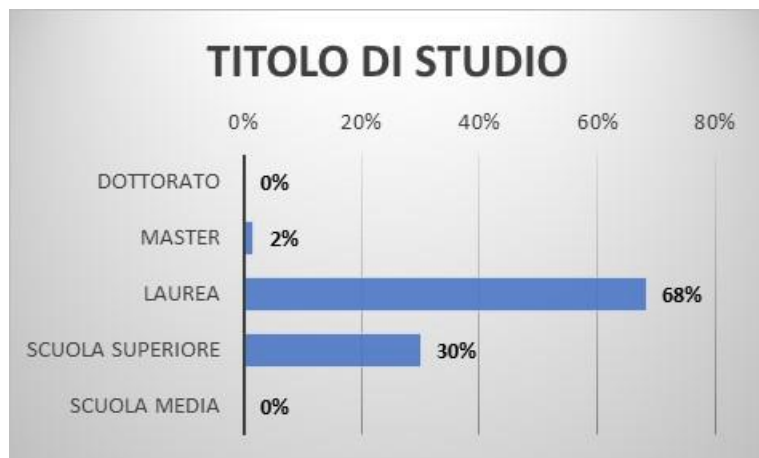
	Totale Soci dal 2017		Soci intervistati		Età soci intervistati									Anzianità Lions degli intervistati			Club con soci > 2017	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56-60	61-65	66-70	> 70	1 anno	2 anni	3 anni	numero totale	con intervistati
Zona A	29	28	7	7	1		1	5	1	1	1	3	1	6	6	2	6	6
Zona B	12	5	2	3				1		1	2	1		1	3	1	5	3
Zona C	13	7	8	5		2		1	1	1	4	1	3	3	3	7	6	4
Zona D	15	10	2	2			2	2						2	1	1	5	3
Zona E	18	6	5	2	1	2		1	1	1		1		4	3		7	5
Zona F	17	14	1	3	1					1		1	1		3	1	7	3
Zona G	5	9	2	3				1	1	2			1		4	1	5	3
Zona H	20	10	4	2	1			1	2	1			1	3	2	1	6	3
Zona I	16	9	3	2				2		1		1		4	1		5	3
Totali	145	98	34	29	4	4	3	14	6	9	7	8	7	23	26	14	52	33
TOTALI	243		63															

Analizzando i dati della tabella riferiti alle fasce di età si evidenzia:

- La metà degli intervistati ha meno di 55 anni.
- Peraltro ben 15 hanno più di 65 anni.
- La fascia sotto i 40 anni è rappresentata da 8 intervistati



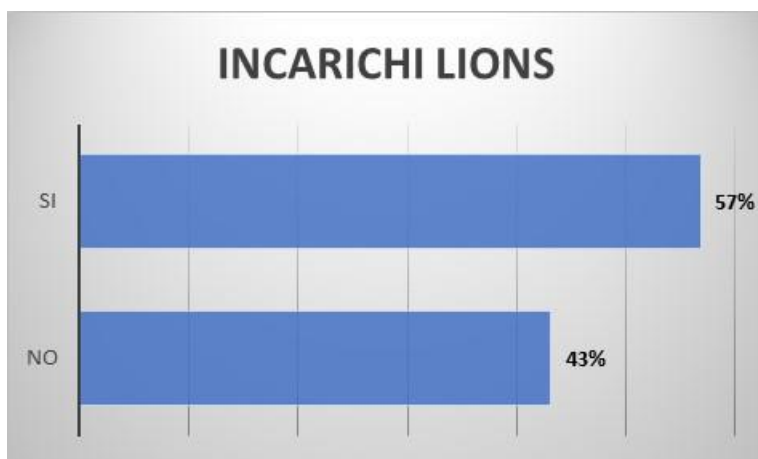
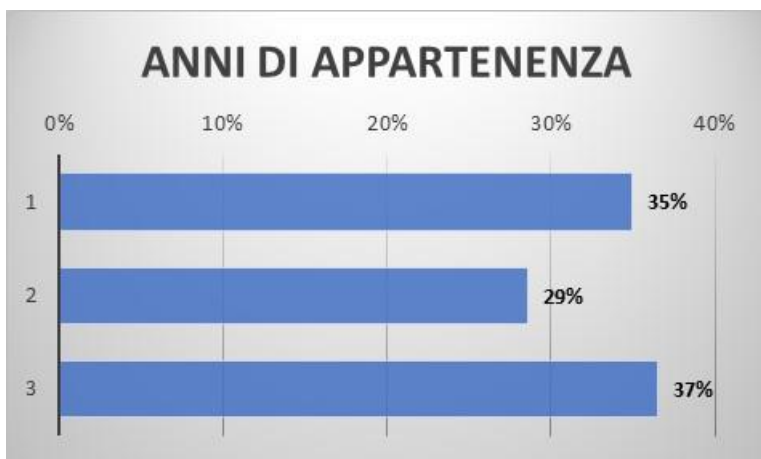
- Su 63 intervistati 29 sono donne a fronte di 34 uomini.
- La situazione familiare fornisce un dato importante su cui riflettere: il 68% è singolo con o senza figli. Le coppie con figli sono il 21%.



- Il titolo di studio prevalente è la laurea.
- Interessante la suddivisione in funzione della professione. Prevalenza netta dei professionisti con un 46%. Da sottolineare il 23% di pensionati.

Pur avendo solo pochi anni di appartenenza, il 58% degli intervistati ha, o ha avuto, incarichi nel Club.

Grande merito ai club che hanno subito impegnato i nuovi arrivati.



- Altro dato molto significativo è che il 61% ha avuto in precedenza esperienze in altre realtà di volontariato o simili.
- Conferma l'importanza di valutare la predisposizione personale dei potenziali nuovi soci al momento in cui si propone il loro ingresso nel Lions.

PARTE SECONDA – IL LIONS VISTO DA FUORI

In questa parte si intendeva conoscere il punto di vista del socio quando ancora non era entrato nel Lions e non aveva avuto proposte o spiegazioni circa la nostra Associazione.

Abbiamo raccolto liberamente le risposte degli intervistati, indagando su immagine, attrattività, conoscenza, apprezzamento.

Le informazioni vengono esposte dopo aver creato dei raggruppamenti per semplificarne la lettura.

Alcuni hanno dato indicazioni attribuibili a più di un raggruppamento. Il totale perciò non fa 100%.

Emerge:

- Una scarsa conoscenza della Associazione da parte dei non Lions.
- L'immagine è comunque positiva.
- L'attrattività non è elevata, ma dove esiste deriva soprattutto dai service fatti, dall'impegno nel sociale e dai valori morali.
- La quasi totalità è entrata nel Lions su invito di un amico o di un Lion conosciuto per motivi di lavoro.

Nel dettaglio:

- Il 60% delle risposte dà una immagine positiva.
- L'immagine non positiva raggiunge un totale inferiore al 30%.



- Sulla attrattività del Lions buone notizie: più del 50% era a conoscenza dei service fatti, della organizzazione e dei valori morali.



- L'avvicinamento al Lions è avvenuto soprattutto grazie alla proposta di un amico socio.
- Da notare che il 36% ha partecipato da invitato a conviviali o a manifestazioni prima di entrare.
- Significativa la partecipazione a service in qualità di genitori o di insegnanti.



PARTE TERZA – L'ADESIONE AL LIONS

In questa parte si è voluto indagare soprattutto sulle motivazioni che hanno spinto la persona ad entrare nel Lions. Quali sentimenti sono stati prevalenti e quali attese aveva entrando nel club.

Ogni intervistato ha fornito liberamente più di 2 indicazioni che anche in questo caso sono state raggruppate per favorire la lettura. Il totale non sempre fa 100%.

- Le motivazioni alla base della decisione di entrare nel Lions sono state soprattutto *“essere utile agli altri”* e *“ampliamento delle conoscenze”*.
- Nessun peso particolare è stato dato alla spesa da affrontare. Piuttosto il tempo da dedicare e la condivisione con la famiglia.
- Non c'erano aspettative particolari.

Nel dettaglio:

- La proposta di diventare Lions è arrivata soprattutto da amici.
- Il 25% è stato invitato da conoscenze sviluppate nell'ambito della propria attività lavorativa.

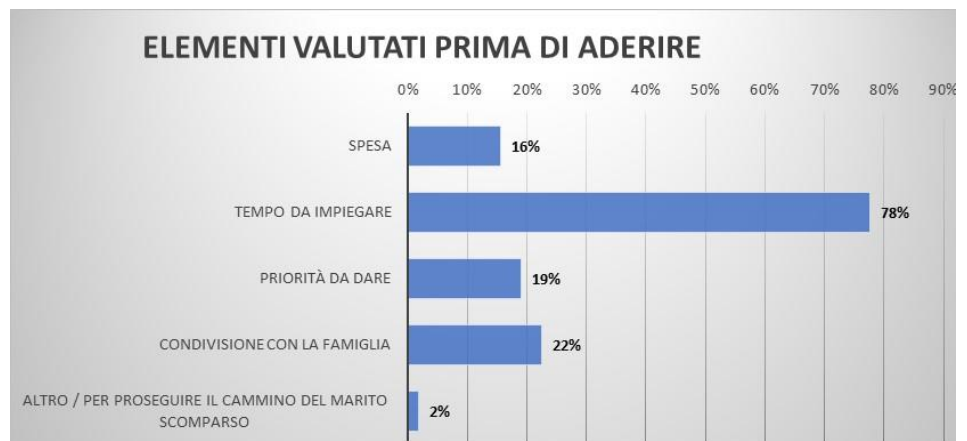


Il punto più significativo si riferiva alle motivazioni. Tutti hanno dato 2 o 3 indicazioni.



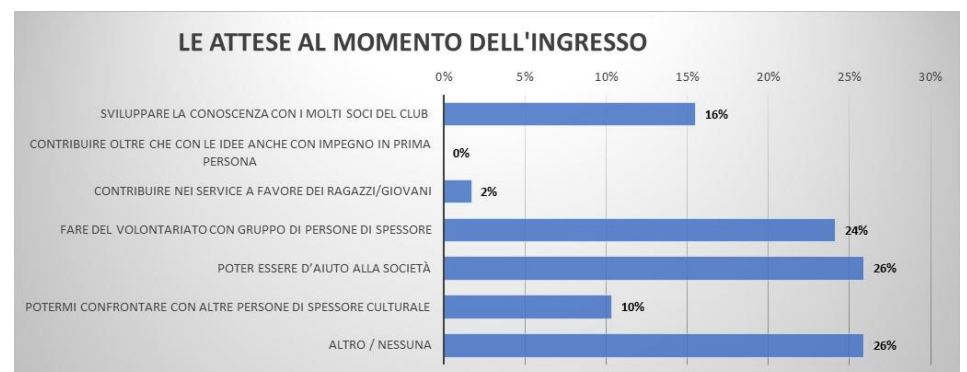
- Come era prevedibile “Il desiderio di essere utile agli altri” ha ottenuto il 90%.
- “La possibilità di ampliare le conoscenze” ha avuto il 52%.
- Da sottolineare il 36% sulla attrattiva esercitata dal fascino della Associazione.
- Simpatica la motivazione riguardante “Le occasioni mondane” con un 9%.

- Prima di aderire al Lions, il futuro socio ha valutato il tempo da dedicare: 78%.
- Quasi il 25% ha condiviso la decisione con la famiglia.
- Soltanto il 16% ha considerato l’impegno di spesa.



Ma quali erano le attese del nuovo socio al momento del suo ingresso nel Club?

- Circa il 25% ha dichiarato di non avere avuto aspettative particolari.
- L’indicazione principale è stata quella di poter svolgere una funzione di aiuto alla società.
- Sentirsi utile per gli altri. Ma anche farlo in un gruppo di persone di spessore.
- Più utilitaristica l’attesa di poter sviluppare la conoscenza dei soci del Club.



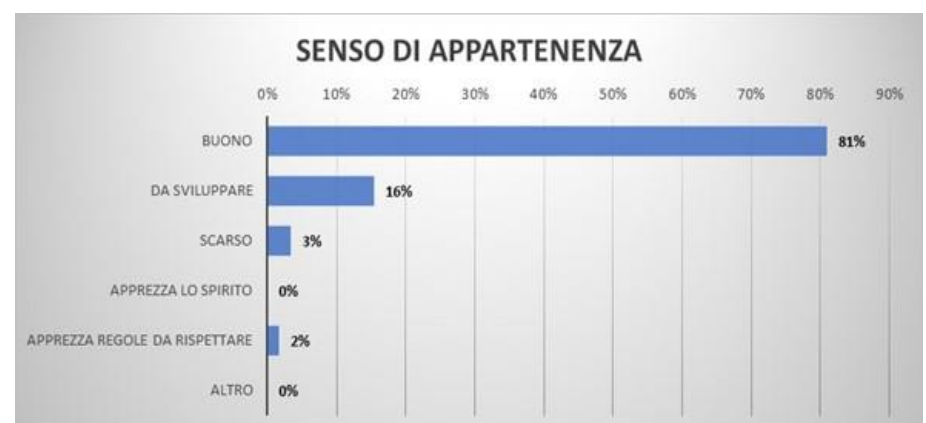
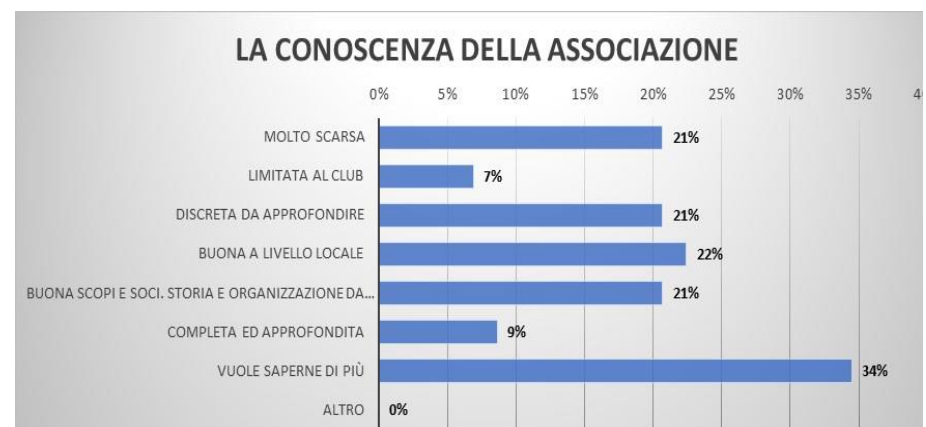
PARTE QUARTA – ALL'INTERNO DEL LIONS

In questa parte evidenziamo come i nuovi Soci si sono inseriti e stanno vivendo la realtà Lions.

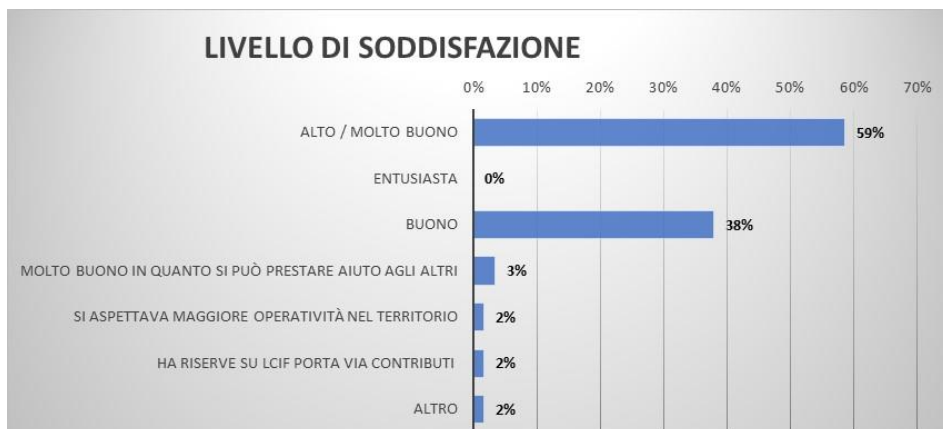
I segnali che abbiamo raccolto sono veramente molto confortanti poiché presentano un panorama di soci soddisfatti, ben inseriti e con uno spiccato senso di appartenenza.

Questi i punti più importanti da sottolineare:

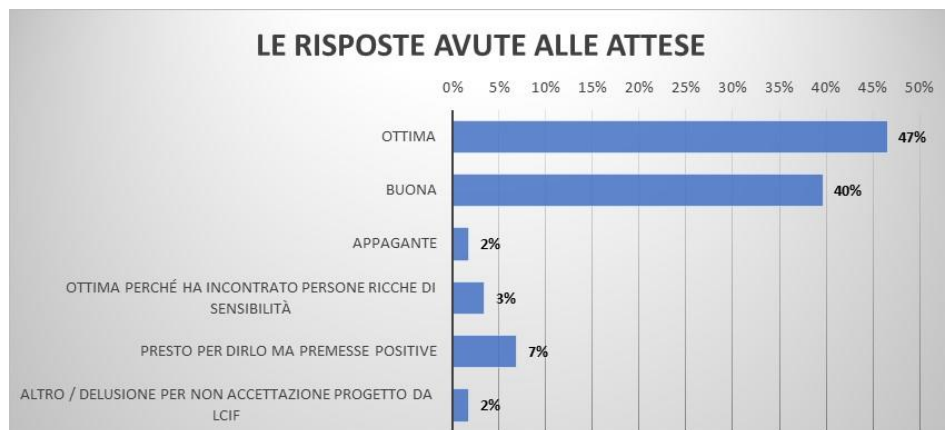
- Gli intervistati dichiarano una presenza abbastanza continua ed attiva nel Club (75%)
- Il 12% però dichiara di non avere tempo sufficiente per frequentare
- Una conoscenza discreta (43% degli intervistati).
- Comunque limitata al livello locale;
- Emerge una richiesta convinta (34%) di migliorare tale conoscenza e di approfondirla anche negli aspetti organizzativi e strutturali.
- Il senso di appartenenza è molto ben sviluppato (81%)
- Solo il 16% ammette di doverlo ancora sviluppare
- Il 3% lo ritiene scarso.



- Il livello di soddisfazione è molto alto; supera il 90%
- Pochissimi hanno riserve in quanto si aspettavano maggiore operatività sul territorio.

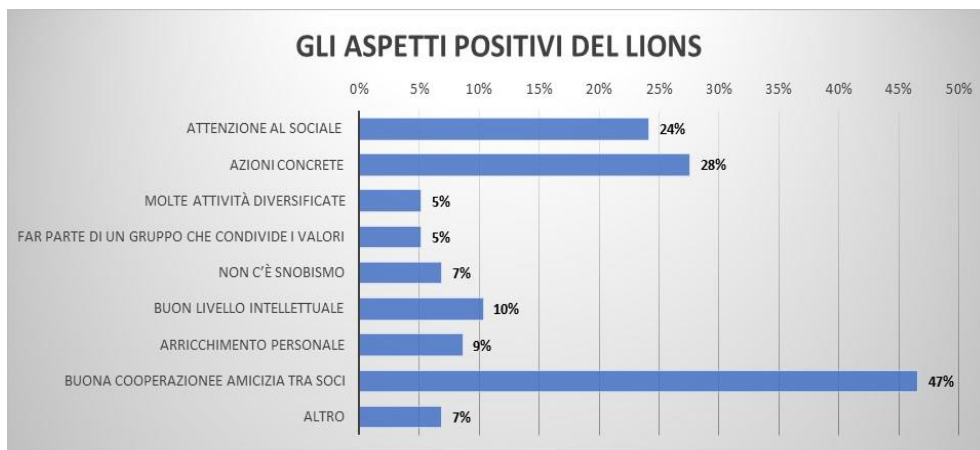


- Le attese non sono andate deluse (maggiore del 90%)
- Il 7% ritiene sia troppo presto per esprimersi



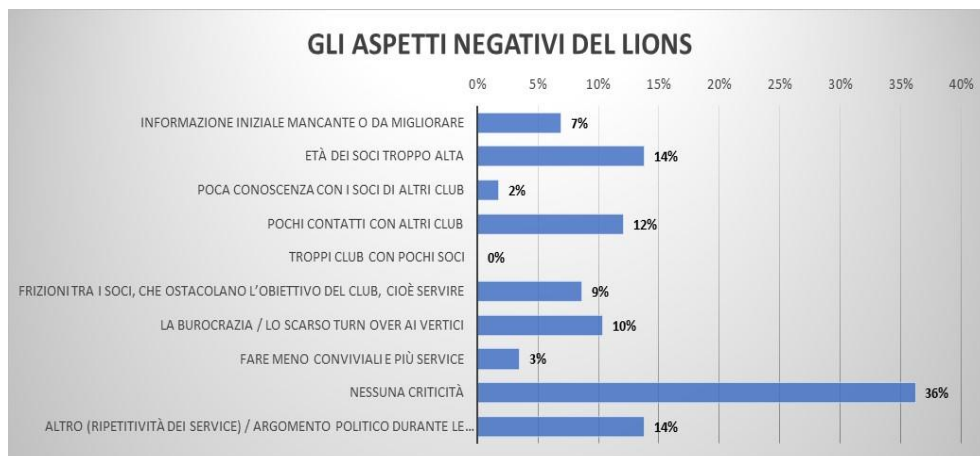
Anche i commenti sugli aspetti positivi e negativi hanno dato risultati molto incoraggianti.

- Molto gradita la buona cooperazione ed amicizia tra i soci nel club (47%)
- Apprezzata la concretezza delle azioni e l'attenzione al sociale (oltre il 50%)
- Per il 7% non c'è snobismo. Il 9% ne ricava arricchimento personale



Aspetti negativi molto pochi:

- Nessuna criticità per il 36%
- Un'età media troppo elevata dei soci raggiunge il 14%
- Pochi contatti con altri club (17%)

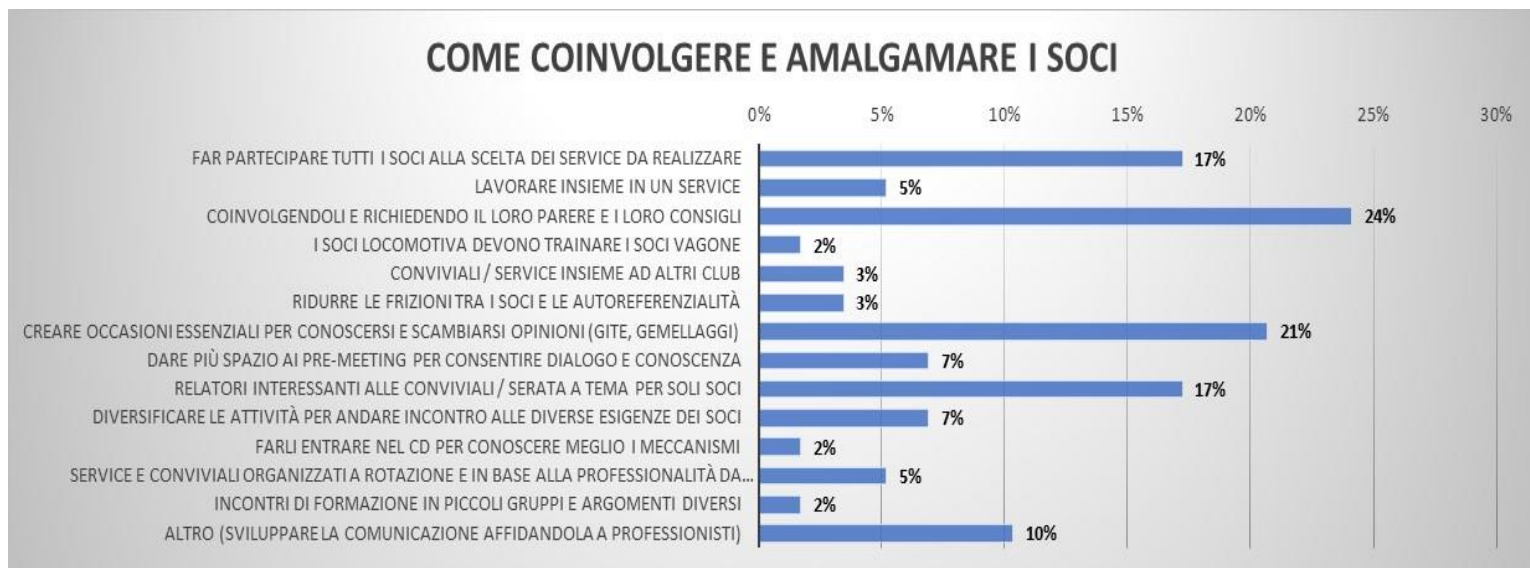


PARTE QUINTA – PROPOSTE PER MIGLIORARE LA QUALITÀ DELLA ASSOCIAZIONE

Questa è la parte più interessante in quanto riporta molte valutazioni personali, ma anche idee, proposte, suggerimenti aventi tutti l'obiettivo del miglioramento della Associazione.

- Far partecipare tutti i soci alle scelte dei service, richiedendo pareri o consigli è indubbiamente la proposta più gettonata per *amalgamare i soci* (41%).
- Per *l'inserimento del nuovo socio*, fondamentale coinvolgerlo subito in incarichi o attività. Ma importante anche la formazione (26%).
- Per il *miglioramento dei service* prevale la proposta di puntare a service di maggiore spessore realizzati in collaborazione con altri club (33%). La richiesta è di service sul territorio (21%).
- Sorprende favorevolmente la risposta sul Cerimoniale. Solo il 17% ritiene che sia da snellire (ma non nelle serate ufficiali). Ben il 72% lo vuole così perché identifica l'Associazione e crea spirito di appartenenza.

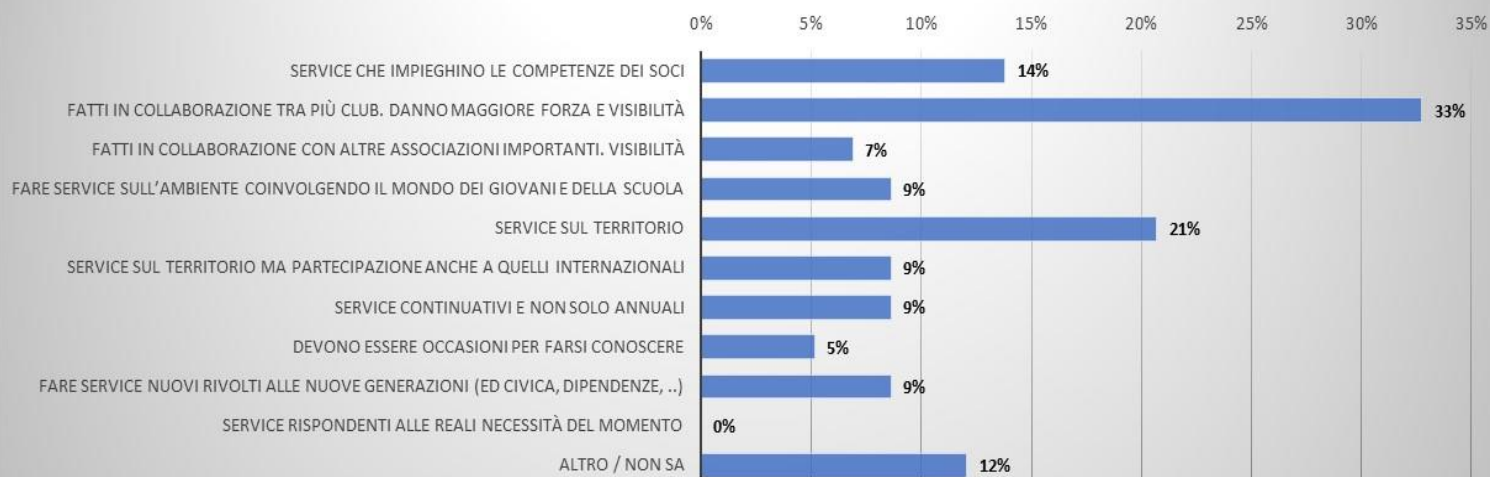
Nel dettaglio:



Gli altri suggerimenti più gettonati:

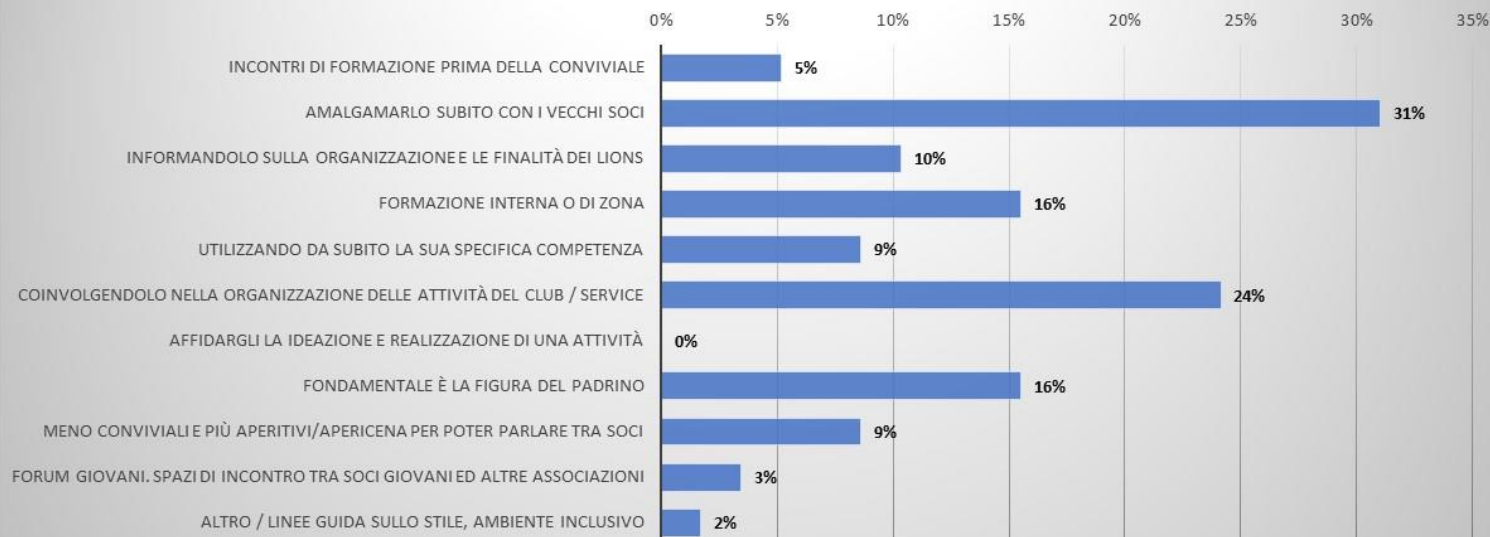
- Per sviluppare la conoscenza tra i soci, il 21% chiede occasioni di incontro, ad esempio gite o visite. Il 7% chiede di dare più spazio ai pre-meeting per consentire il dialogo.
- Il 17% vorrebbe conviviali con relatori interessanti.
- Da segnalare, anche se indicato solo dal 5%, “service e conviviali organizzati a rotazione e in base alla professionalità”.
- Inoltre: “diversificare le attività per andare incontro alle diverse esigenze dei soci” (7%). Fa riflettere sulle diverse situazioni dei soci in funzione soprattutto alle differenze di età e degli impegni familiari.

COME MIGLIORARE L'INSERIMENTO DEL SOCIO



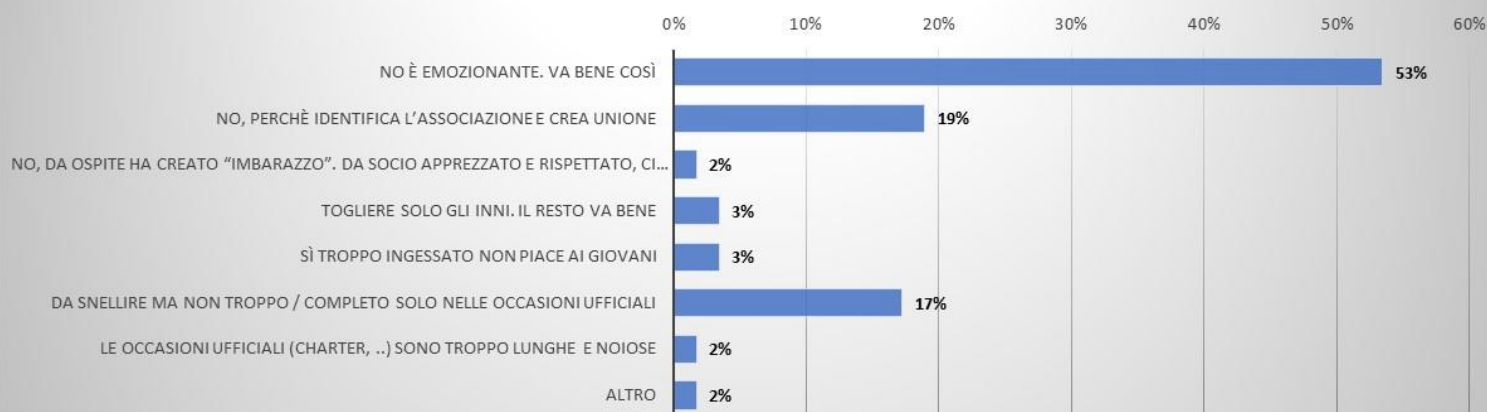
- Fondamentale l'accoglienza da parte dei vecchi soci (31%).
- Importante la formazione (31%) sia interna che di zona, con il suggerimento di organizzare incontri di formazione prima di una conviviale (5%).
- Ricompare la figura del padrino, un po' trascurata negli ultimi anni (16%).
- Interessante il suggerimento di fare meno conviviali classiche a vantaggio degli *apericena*.

COME MIGLIORARE LA QUALITÀ DEI SERVICE



- Molto forte è la richiesta di service di maggior spessore e la voglia di farli insieme ad altri club o altre associazioni. Danno un risultato più importante ed anche maggiore visibilità.
- Importante la proposta di sviluppare service che impieghino le competenze dei soci
- Service nuovi rivolti alle nuove generazioni, li chiedono il 9%.
- Service sull'ambiente coinvolgendo il mondo dei giovani e della scuola, richiesto ancora dal 9%.

CERIMONIALE DA SNELLIRE ?



Chi pensava che il cerimoniale fosse da ridimensionare o addirittura cancellare è stato smentito dai nuovi soci, anche quelli più giovani.

Non va toccato, al massimo ridotto in conviviali con soli soci.

- Solo il 17% ritiene che sia da snellire (ma non nelle serate ufficiali).
- Il 72% lo vuole così perché identifica l'Associazione e crea spirito di appartenenza. C'è chi lo ha definito emozionante.
- Da rendere meno pesanti secondo una piccola percentuale le serate ufficiali, ad esempio le charter.

PARTE SESTA – IL RUOLO DEL LIONS NELLA COMUNITÀ

L'obiettivo di questa parte, non facile e non sempre compreso dagli intervistati, era:

- Come dobbiamo connotarci nei confronti della comunità.
- Non siamo un ente assistenziale, non operiamo in un unico settore.
- Facciamo molte attività ma siamo poco conosciuti. Forse dovremmo avere un connotato più chiaro e riconoscibile.

- La maggioranza (31%) ha indicato genericamente *"Presenza importante e riconosciuta"*.
- Più appropriata l'indicazione *"Ruolo di guida e di esempio portando progettualità e stimolo alle discussioni sociali"*
- Il 17% indica un *ruolo propositivo nella trasmissione dei valori*; non solo beneficenza
- Lavorare *al fianco delle istituzioni con un ruolo di promotori del sociale* è la proposta del 14%.

IL RUOLO CHE IL LIONS DOVREBBE AVERE NELLA COMUNITÀ



PER LA REALIZZAZIONE DEL SONDAGGIO

Le interviste sono state condotte da:

- . Dario Angiolini
- . Marco Anzilotti
- . Bruno Baradel
- . Dennis Calabrese
- . Stefania Dazzan
- . Nerina Fabbro
- . Stefano Ianiro
- . Ugo Lupattelli
- . Elisabetta Rizzi

Il testo finale è stato steso da:

- . Dario Angiolini
- . Dennis Calabrese
- . Vincenzo Trevisiol
- . Ugo Lupattelli

Hanno collaborato:

- . Giancarlo Buodo
- . Angelo Della Porta
- . Eddi Frezza
- . Stefano Camurri Piloni
- . Gianni Dovier

RIFLESSIONI CONCLUSIVE SUL SONDAGGIO

Condivido pienamente la soddisfazione dei realizzatori del Sondaggio che ritengono giustamente di presentare ai Club del Distretto 108TA2 un lavoro di loro interesse ed utilità in quanto dà:

- una fotografia dello stato d'animo dei nuovi soci entrati dopo il 2017
- raccoglie alcune proposte interessanti su cui riflettere.

La fotografia porta a conclusioni piuttosto positive ed incoraggianti in quanto gli intervistati si sono dichiarati assolutamente soddisfatti e ben inseriti.

La gran parte è attiva nel club e intende impegnarsi ancora.

La conoscenza della Associazione non è elevata, anzi. Tuttavia c'è una buona richiesta di formazione ed informazione; anche al momento dell'ingresso.

Nella parte relativa alle proposte si trovano alcuni spunti interessanti.

Molte le richieste di puntare a Service di maggiore importanza e visibilità, fatti insieme ad altri Club o altre realtà. Impegnando le competenze dei propri soci.

Gli intervistati più giovani fanno capire che vorrebbero fossero considerate le loro diverse esigenze di tempo e di gradimento. Meno conviviali classiche a vantaggio di "apericena" o incontri in cui ci sia la possibilità di un maggior dialogo tra i soci.

Anche l'utilizzo di orari diversi in qualche occasione.

Per la conoscenza tra i soci, molto importante l'organizzazione di visite culturali, gite ed altro di tipo associativo.

Ultima nota sorprendente: il Cerimoniale va bene così al 90% degli intervistati.

Un grande ringraziamento a tutti coloro che hanno collaborato alla riuscita del Sondaggio e ai 63 soci che hanno aderito all'invito di essere intervistati.

Giorgio Sardot – Governatore 2019-2020

