

SEFF

Seminario sull'effettivo

Firenze, 19 novembre 2011 – Centro Militare Caserma REDI – Chiostro del Maglio

Via Venezia, 5 – 50121 Firenze

“Identificazione di possibili nuovi rotariani – soddisfazioni e difficoltà”

Proporre nuovi soci è essenziale per far sì che il Rotary raggiunga i suoi obiettivi. Tra le responsabilità di ogni rotariano, una delle principali, non la più importante, ma sicuramente la più delicata, è quella di **contribuire ad identificare e proporre nuovi soci**. L'incremento dell'effettivo avviene attraverso la identificazione di candidati qualificati, interessati al Rotary in maniera sincera, rappresentativi al meglio della composizione sociale e professionale di una comunità locale. Rammentiamo però che, con l'inserimento di un nuovo socio, non andiamo ad incrementare numericamente di una unità un organico generico e banale, ma determiniamo l'innesto di un nuovo elemento in un gruppo ben strutturato, normalmente molto vitale e dalla forte e sfaccettata personalità. Occorre quindi che agiamo con un pizzico di saggezza e andiamo a fare l'identikit del nuovo possibile rotariano con in mente un concetto dominante di **“buon carattere”** e **“armonia”**. Ben venga, come spesso accade, l'amico, il familiare o il collega di lavoro. Ma più che una valutazione di affinità personale ed individuale, necessita l'individuazione, nel candidato socio, di quelle caratteristiche di giovialità e soavità che sono proprie di chi, con forza, sa far gruppo e sa stare nel gruppo e lo sa trainare. Un Club coeso è un Club solido. Il lavoro in armonia è molto meno faticoso e più redditizio.

UN'AZIONE “RIFLESSIVA”

L'identificazione di un nuovo potenziale socio, passa attraverso una buona analisi della nostra immagine e della nostra identità di rotariani. Guardandoci immaginariamente “allo specchio”: che idea ci facciamo dell'immagine e del messaggio che diamo agli altri del nostro essere rotariani? E di conseguenza che immagine e che messaggio trasmettiamo? Banalizziamo, ma non tanto: indossiamo la spilla oltre che nelle nostre riunioni anche negli altri momenti della giornata? Magari nei luoghi di lavoro? O nelle nostre occasioni sociali diverse? Teniamo comportamenti, atteggiamenti e linguaggi consoni al nostro ruolo professionale e sociale e a maggior ragione del nostro ruolo di rotariani? Parliamo in maniera entusiastica e coinvolgente dei nostri progetti rotariani, dei nostri amici rotariani o delle nostre serate?

Ricordiamoci sempre che la persona che andiamo ad identificare, come prima cosa, identifica noi come rotariani e l'attrattività e la reputazione dell'istituzione Rotary e del Club al quale apparteniamo, passa attraverso il nostro comportamento nei luoghi dove viviamo e lavoriamo e ci rapportiamo con gli altri.

LE CLASSIFICHE

In maniera pragmatica, l'identificazione del potenziale socio deve passare sempre attraverso l'analisi delle classifiche. L'omogeneità di azione del gruppo di persone di un Club, deve però essere raggiunta attraverso l'eterogeneità della sua composizione. Questa deve rispettare uno dei principi ispiratori di Paul Harris: quello che un Club deve essere rappresentativo del territorio in cui insiste e delle sue professioni.

Le classifiche sono state recentemente "semplificate" e razionalizzate. Nel nostro Distretto ci sono attualmente le classifiche GENERALI (17 in tutto) e ogni classifica generale contiene delle classifiche SPECIFICHE. Rispetto alle diverse migliaia di classifiche di prima si è passati ad un totale di circa 270 di adesso.

Il consiglio di Legislazione del 2001 ha introdotto alcune novità, tuttora in vigore, in tema di classifiche: Per ogni classifica sono ammessi 5 soci o eventualmente un numero di soci pari al 10% dei soci attivi del Club, se questo è composto di un numero di iscritti superiore a 50.

LA COMMISSIONE PER L'EFFETTIVO

La buona pianificazione del Club è fondamentale per chiarire "quanto" si deve e si vuole crescere e "dove" si vuole andare con l'effettivo e quindi il Presidente del Club deve dare delle linee guida ben precise ed affidare alla Commissione per l'Effettivo gli obiettivi per l'anno sociale fin da subito. Questo comporta che l'analisi del posizionamento dei soci nelle diverse classifiche e le necessità del Club per l'opportuna eterogeneità, cioè il "Piano d'Azione" specifico, deve essere già pronto al momento dell'insediamento della nuova Presidenza. Ciò risulta più semplice con l'attuale Piano Direttivo del Club che si svolge con rotazione dei componenti di Commissione che avviene su più annualità e quindi, ancor prima del passaggio delle cariche, con un lavoro "a più mani" tra Presidente Incoming, Segretario e Commissione vanno pianificati gli obiettivi per l'identificazione dei nuovi soci.

SESSIONI INFORMATIVE

Il lavoro della Commissione per l'Effettivo deve sfociare, in termini naturali ed immediati, cioè all'inizio dell'anno sociale, in una informazione precisa a tutto il Club. Tutti i soci devono essere informati e consci del "posizionamento" del Club di appartenenza nel territorio in cui opera. Tutti i Soci devono essere messi in condizione di poter apportare suggerimenti e modifiche al Piano d'Azione. Ogni socio deve poter essere in grado di identificare un potenziale nuovo socio anche se il filtro/aiuto della Commissione è d'obbligo per mantenere tempi e modi idonei per la successiva presentazione.

IMPARIAMO A LEGGERE I TEMPI

In questi ultimi anni, la società in cui viviamo sta cambiando rapidamente ed in questo ultimo biennio il cambiamento è associato ad una condizione di crisi economica generalizzata. Molti punti di riferimento e molti valori si sono modificati. Poniamo quindi grande attenzione alle tendenze contemporanee in senso lato.

Attenzione alle nuove professioni ed ai relativi professionisti. Primi fra tutti gli operatori del settore informatico, ma anche gli operatori del terzo settore, gli addetti al settore della comunicazione.

Attenzione alla nuove generazioni spesso presenti proprio nelle nuove professioni, oltre che in quelle tradizionali.

Attenzione alle mutate condizioni economiche della società che potrebbero precludere l'adesione al Rotary di una schiera molto folta di persone, spesso giovani, depositari di un bagaglio etico e morale rilevante e ormai difficile da reperire e vero patrimonio da diffondere tra tutti e tra i loro coetanei. Spesso tra questi giovani, potenziali soci, ci sono i nostri Rotaractiani. Ritengo controproducente ed antieconomico sostenere per anni idee e azioni e relativa crescita di tanti giovani rotaractiani che poi perdiamo a causa della difficile sostenibilità delle quote economiche del Club.

Sono convinto che l'immagine del Rotary nel mondo sia solida e di prestigio. Siamo però un po' invecchiando ed abbiamo forse perso un po' di attrazione verso quelle schiere di "potenziali soci" che hanno 3 patrimoni enormi: la giovane età, l'entusiasmo per il servizio e voglia di cambiare il mondo. Facciamoli dei nostri.

Fabio Giavolucci

R.C. Riccione Cattolica