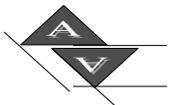


LIONS CLUB INTERNATIONAL

Distretto Ib2 Italy



Governatore Alberto Soci
2017-2018



IL FUTURO È OGGI

Mentre ci accingiamo a inaugurare il nostro secondo centennio di service umanitario globale, continuiamo ad evolverci per rispondere ai nuovi bisogni umanitari. Questo è davvero un momento entusiasmante per essere un Lions!

La nostra nuova strategia, LCI Forward, è una mappa per supportare i Lions nella pianificazione, nell'implementazione e nella realizzazione dei progetti per il nostro futuro e per fornire una risposta ai bisogni in crescita del mondo. Questo nuovo approccio strategico rafforzerà la nostra struttura di Service, influenzerà favorevolmente l'opinione pubblica e migliorerà la nostra visibilità. Inoltre, favorirà l'eccellenza dei club, dei distretti, dell'intera associazione, migliorando l'esperienza associativa e raggiungendo nuove aree.

Nuovi prodotti, come la nuova app Lions per dispositivi mobili, consentiranno ai soci di collegarsi tra loro come mai in passato, per condividere idee di service, fotografie, video e informazioni, e per comunicare indipendentemente dal luogo in cui si trovano.

Dobbiamo far sapere a tutti quanto sono grandi i problemi del mondo e in che modo, insieme, possiamo risolverli.

Sono orgoglioso e profondamente grato di essere la vostra guida in questo momento favorevole, pronti ad inaugurare un nuovo centennio di service umanitario globale.

Il 7 giugno del 1917 presso l'hotel LaSalle di Chicago, un uomo di affari di nome Melvin Jones annunciava il suo ambizioso progetto: un'associazione dedicata al servizio degli altri. Melvin incontrò un grande scetticismo intorno a sé e molti considerarono il suo progetto irrealizzabile. Oggi, la sua idea è una realtà e, 1,4 milioni di uomini e donne hanno scelto la strada del servizio a favore della collettività.

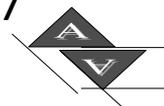
Nella vita realizzata il sogno più grande che si avverte in un momento di internazionalizzazione solo in parte accomunata al mondo in cui cresciamo in questo sogno, perché questo è l'unico modo per trovare noi stessi.

Grazie a una nuova struttura di service, all'aggiunta della nuova causa del diabete, a una nuova veste per i nostri programmi di service, all'impiego di nuove tecnologie di marketing e di una strategia globale vitale (LCI Forward), con un nuovo centennio alle porte, conquisteremo il futuro. Il futuro è oggi.

Ho sempre creduto che sia importante lasciare il mondo in condizioni migliori di come l'abbiamo trovato, per i nostri figli e per le prossime generazioni. Questa idea mi ha sempre aiutato nel corso della mia storia lionistica, nel mio incarico di presidente di club, di governatore distrettuale, di direttore internazionale e di vice presidente internazionale. Con il tuo aiuto questa idea continuerà ad accompagnarmi nel corso del mio anno presidenziale. Insieme, potremmo diffondere la nostra tradizione di service.

Adesso è il momento di agire. Possiamo aiutare gli altri e LO FAREMO. Ognuno di noi può lasciare un segno che resterà nel tempo. Oggi teniamoci per mano con la promessa di servire 200 milioni di persone ogni anno nel nostro nuovo centennio di service.

Grazie a una nuova struttura di service, all'aggiunta della nuova causa del diabete, a una nuova veste per i nostri programmi di service, all'impiego di nuove tecnologie di marketing e di una strategia globale vitale (LCI Forward), con un nuovo centennio alle porte, conquisteremo il futuro. Il futuro è oggi.



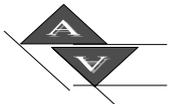
LIONS FORWARD

L'obiettivo di LCI Forward è triplicare il nostro impatto in tutto il mondo migliorando le condizioni di vita di almeno 200 milioni di persone all'anno entro il 2020-21 tramite l'ampliamento ed il miglioramento dei servizi umanitari.

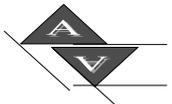
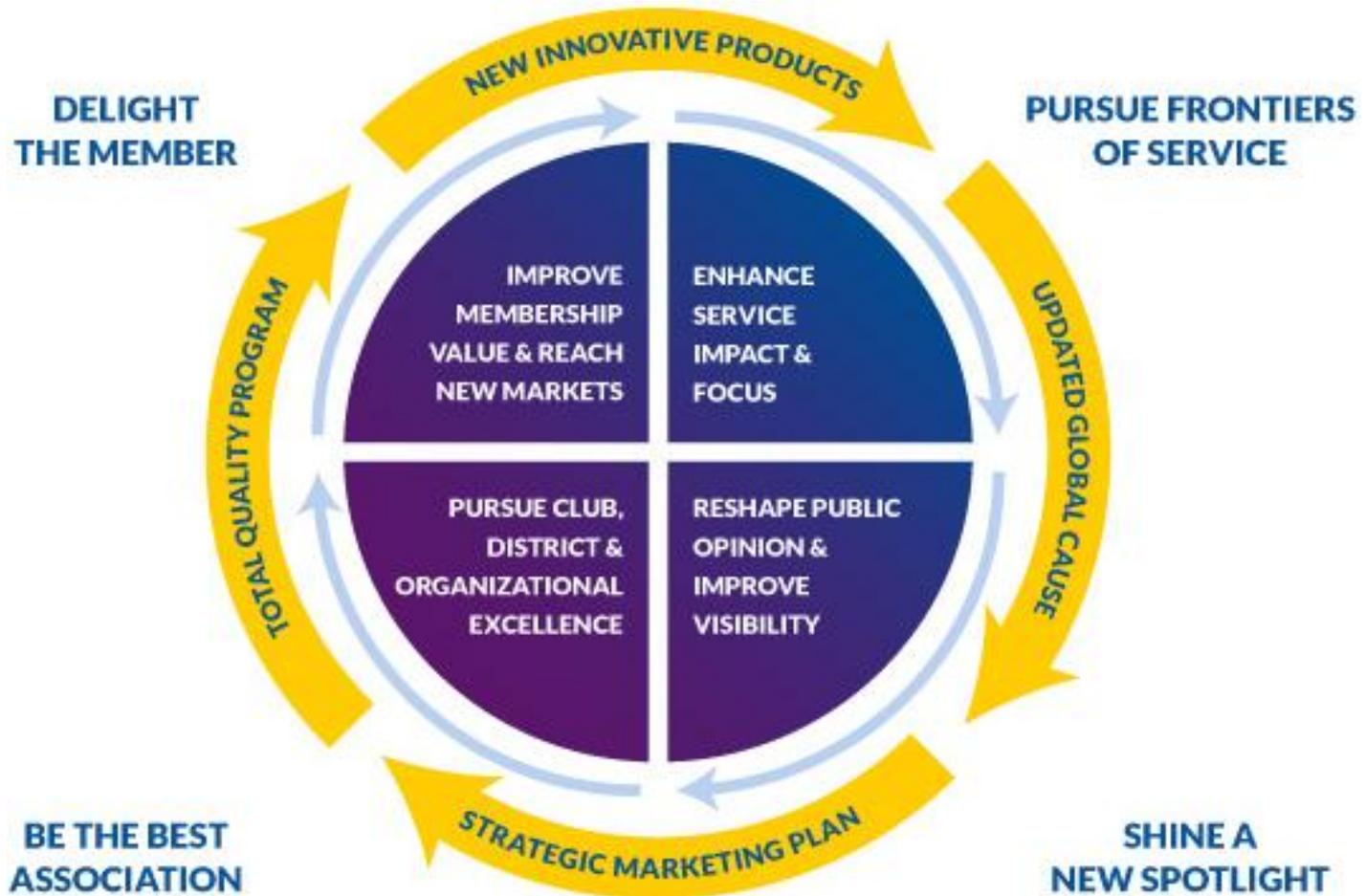
4 aree di iniziative strategiche e di focalizzazione dei service

BE THE BEST
ASSOCIATION

SHINE A
NEW SPOTLIGHT



LIONS FORWARD





① PURSUE FRONTIERS OF SERVICE

Migliorare *impact & focus*
dei service

Il numero delle persone bisognose che viene servito da un Lions Club - come le persone con alterazioni visive, le persone con disabilità, le persone che necessitano di assistenza urgente, (spesso un'assistenza medica che cambia la loro vita), sono aumentate notevolmente (fino a quattro volte) dal 2010-11 e stà aumentando ogni anno.



② SHINE A NEW SPOTLIGHT

Migliorare la visibilità e dare una nuova immagine alla pubblica opinione



La necessità di un servizio umanitario volontario è sempre più necessaria e quindi dobbiamo ricordare alla società la nostra importante opera e quanto fanno i Lions per soddisfare queste crescenti esigenze, per far capire come sarebbero le comunità senza la presenza di un Lions Club. Una nuova immagine per costruire una comunità di speranza e resilienza.





③ BE THE BEST ASSOCIATION

Perseguire l'eccellenza dei club, dei distretti e della organizzazione

Siamo oggi la più grande organizzazione del servizio di volontariato nel mondo. Continuare a innovare nei servizi di Lions club e distretti, inclusi ulteriori approfondimenti tecnologici, saranno essenziali per il nostro secondo secolo di successo e l'espansione del nostro servizio umanitario.





④ DELIGHT THE MEMBER

Migliorare la *value* della *membership* e raggiungere nuovi mercati

Oggi le persone hanno più scelte per servire e restituire alla loro comunità le persone in difficoltà. Quindi dobbiamo promuovere sempre nuovi modi per attirare nuove persone e coinvolgerle nella nostra opera per fornire delle opzioni d'impegno nel servizio che siano flessibili e in linea con gli stili di vita del mondo odierno. Dovremo per questo accogliere persone di tutte le età, generi, razze e fedi nel nostro movimento.

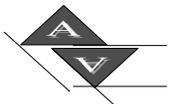


MARKET / MARKETING COME ATTIVITA' UMANA

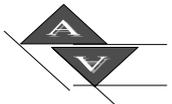
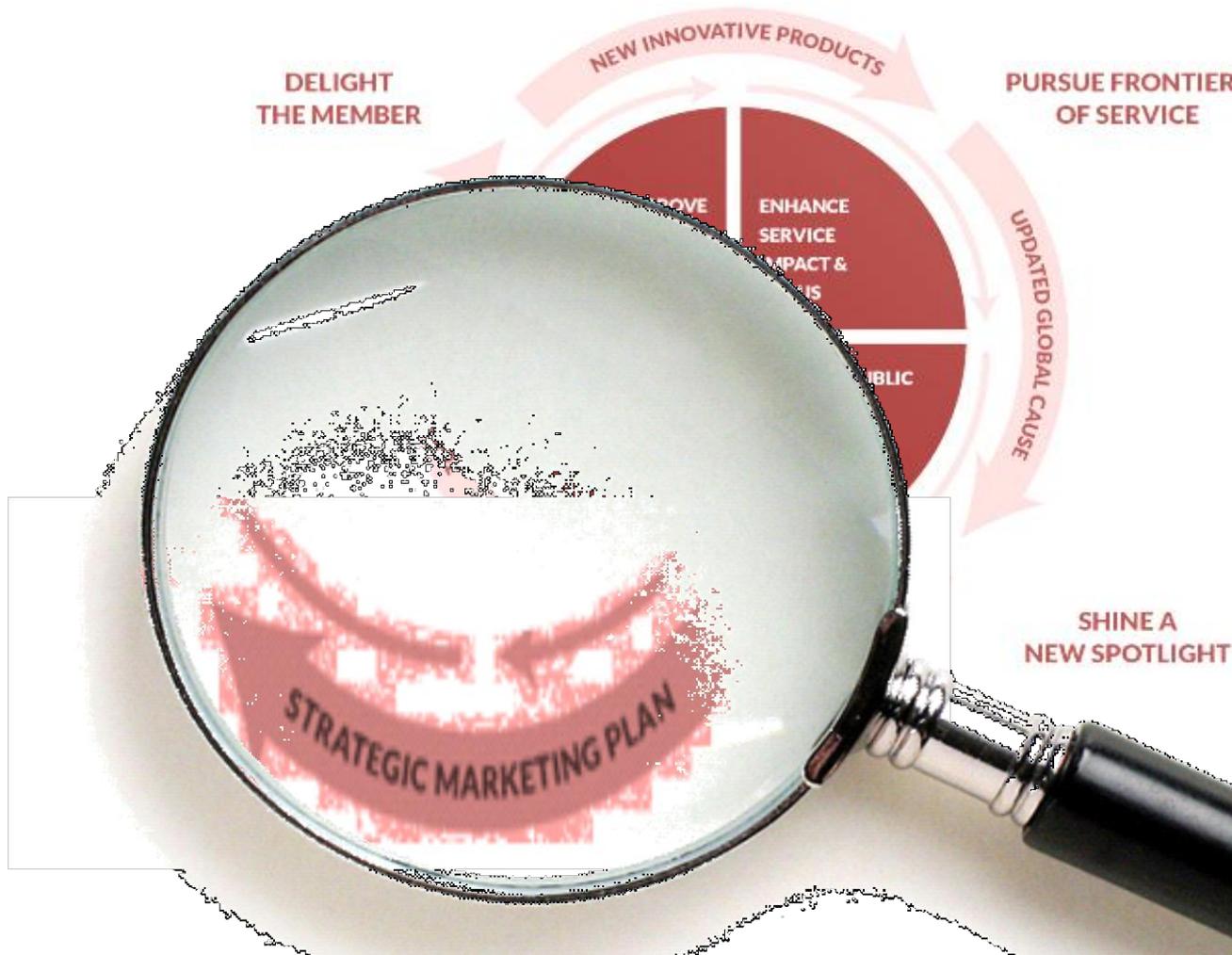
“**Market**” «descrive e delimita l’area dei bisogni umanitari»

“**Marketing**” «è l’attività umana diretta al soddisfacimento dei bisogni e dei desideri dell’uomo attraverso un processo continuo di scambio»

(Philip Kotler)

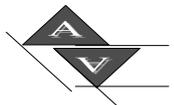


LIONS FORWARD



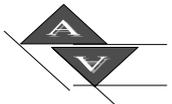
LIONS FORWARD

1. LCI Forward è il progetto Lions per il futuro della Associazione
2. In questo contesto i Club devono agire come imprenditori del servizio umanitario adottando logiche di marketing
3. I progetti di service ed i relativi piani di azione devono essere coerenti con queste logiche

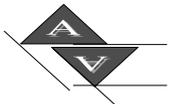
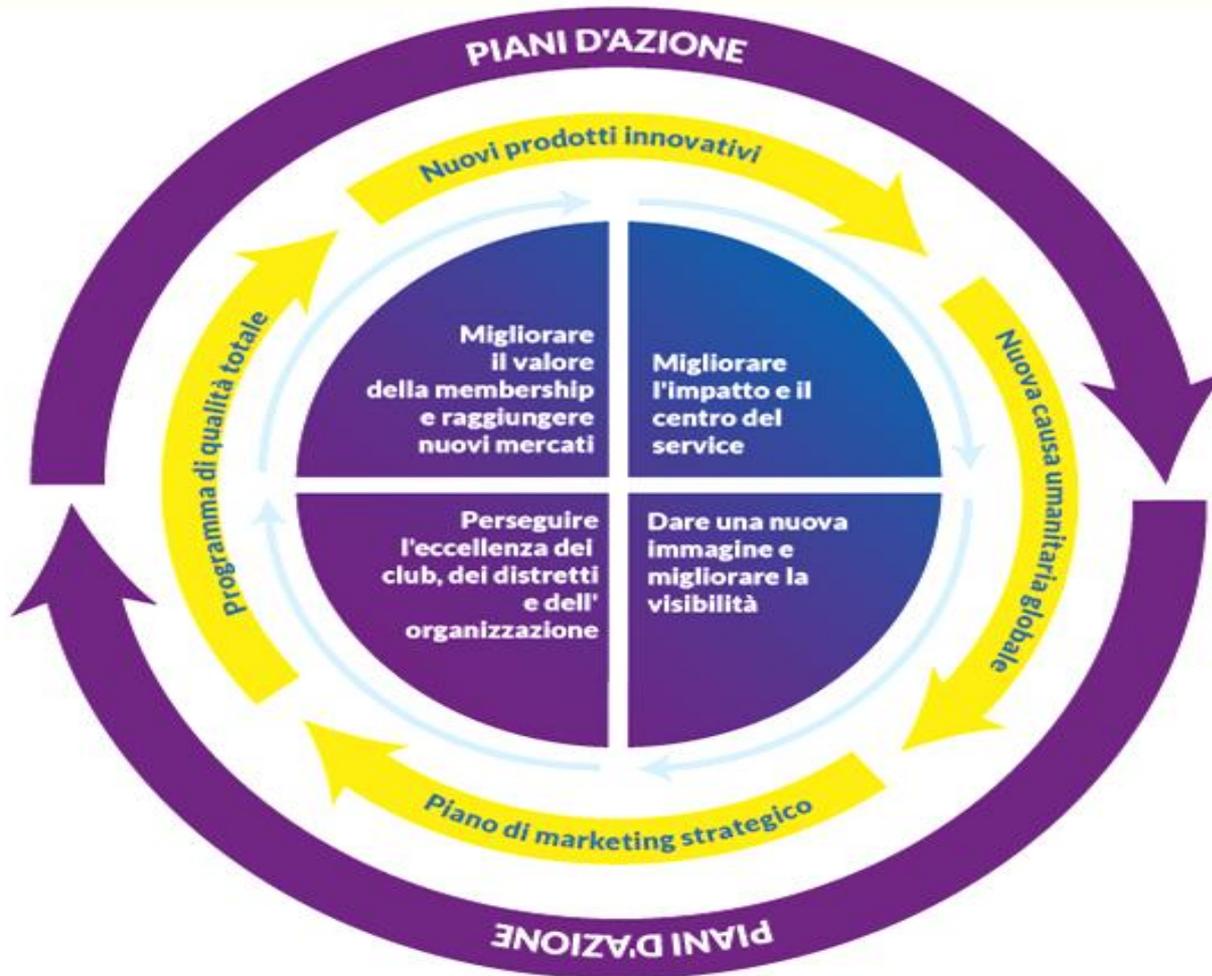


LIONS FORWARD

4. **Adottare metodi di management efficaci, il modello PCM è probabilmente quello più adatto per pianificare gli aiuti umanitari.**
5. **Evitare le comuni trappole che sono di ostacolo o causa di fallimento del service**
6. **Sottoporre i piani d'azione ad analisi SWOT**
7. **Scegliere service con le migliori probabilità di successo, studiando le aree di intervento secondo le logiche della matrice BCG**



LIONS FORWARD





L'organizzazione per dipartimenti risponde alle logiche di marketing ed è finalizzata al raggiungimento di questi obiettivi.

«Lions forward» ha come scopo l'implementazione ed il miglioramento dei servizi umanitari in termini di efficienza ed efficacia.



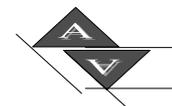
**Il dipartimento è una
aggregazione di *unità operative*
finalizzato al miglioramento
dell'efficienza e dell'efficacia
gestionale.**



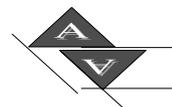
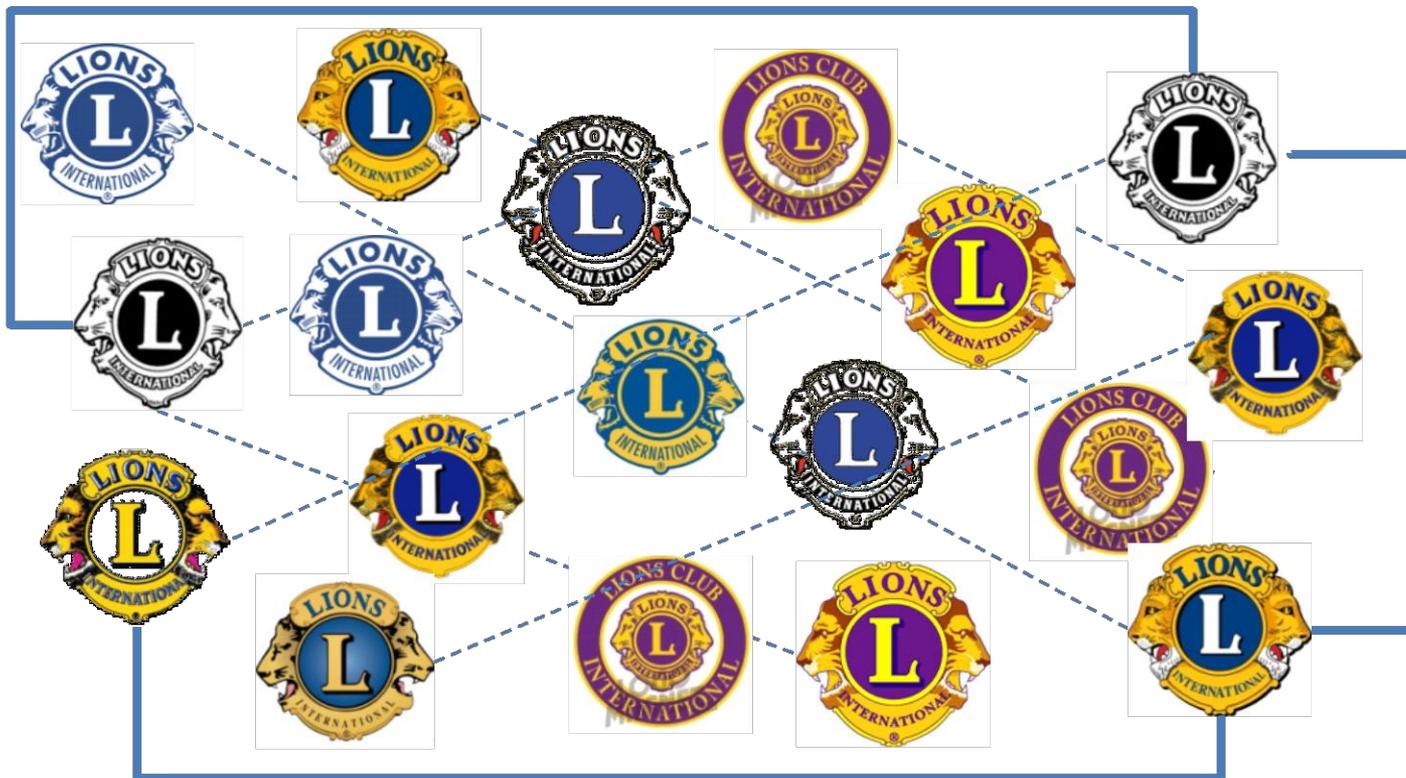
L'organizzazione su base dipartimentale delle attività di servizio consiste essenzialmente nel raggruppamento di Club ed eventuali altre entità organizzative finalizzato al raggiungimento di obiettivi che non sarebbe possibile (e di regola non lo è) realizzare altrimenti.

(Mario Zanetti)





Scopo del dipartimento è quello di mettere in rete i club.



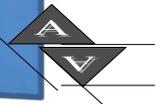
2017/2018

WE SERVE SCUOLA

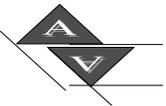
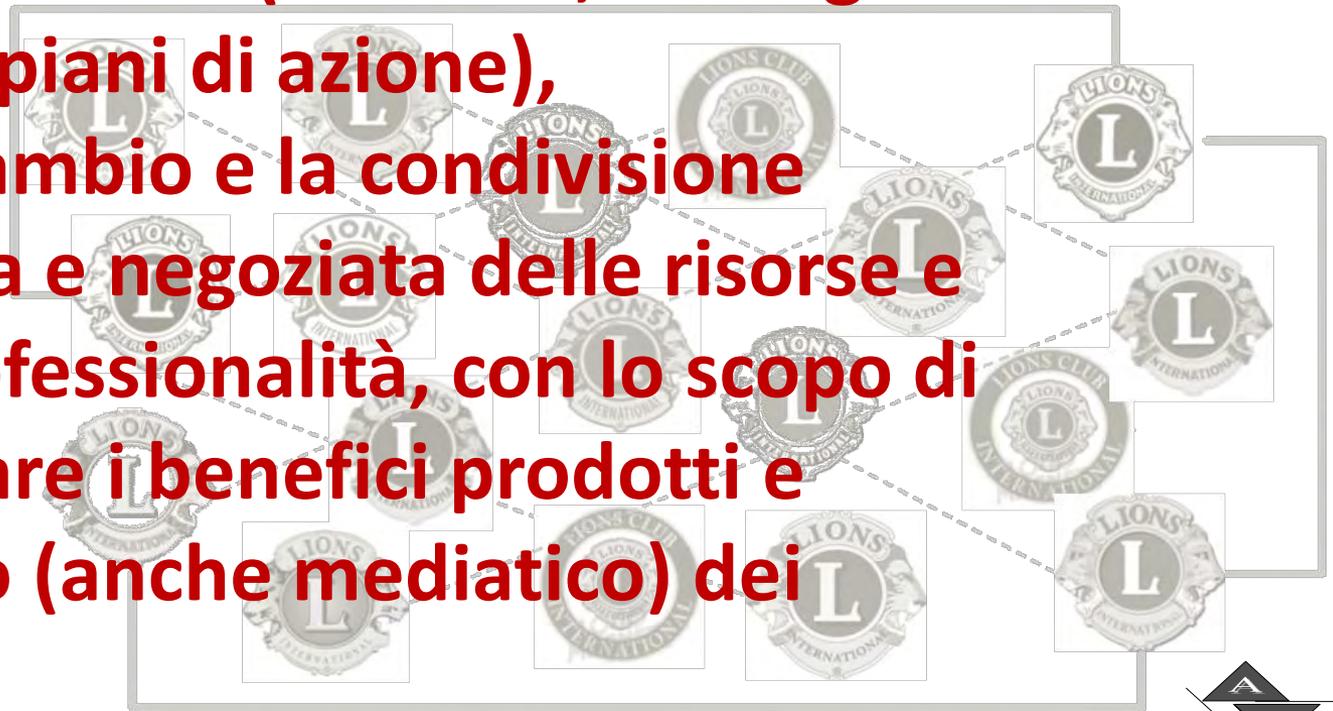
LIONS QUEST
PROGETTO MARTINA
POSTER PER LA PACE
SELEGGIO
SICUREZZA STRADALE
VIVA SOFIA
LIFEBILITY
ALERT TEAM
RAGAZZI ON THE ROAD
YOUNG AMBASSADOR
CONCORSO MUSICALE
VISTA
DIABETE



LIONS CLUBS INTERNATIONAL
DISTRETTO 108 Ib2

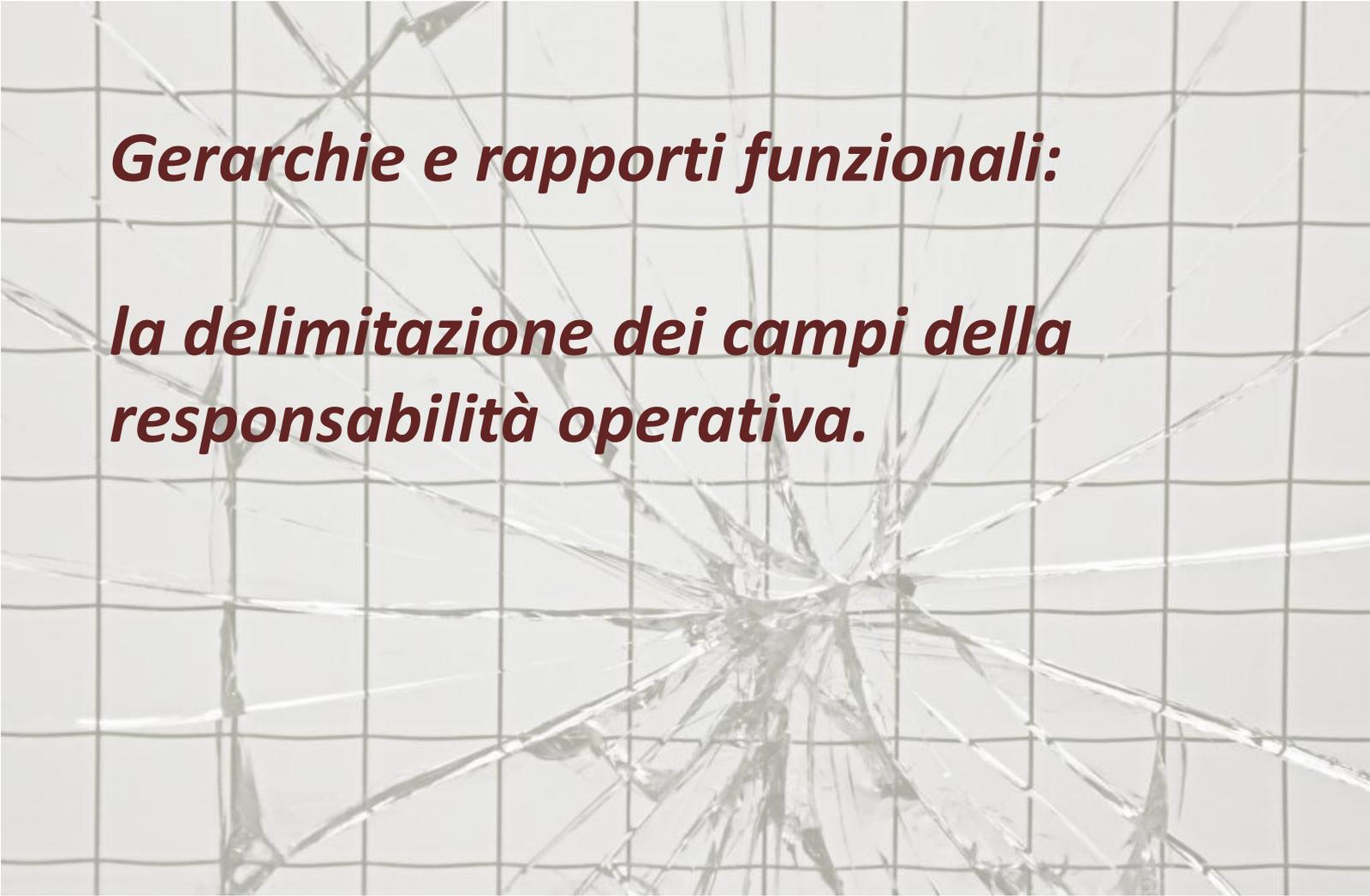


Il dipartimento deve produrre una forte integrazione delle attività di servizio mediante l'adeguamento ed il potenziamento degli strumenti di coordinamento (obiettivi, strategie di lavoro e piani di azione), l'interscambio e la condivisione ragionata e negoziata delle risorse e delle professionalità, con lo scopo di ottimizzare i benefici prodotti e l'impatto (anche mediatico) dei service.



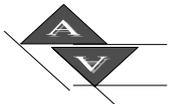
- ***Il Club costituisce l'elemento basilare di funzionamento***
- ***Il Dipartimento costituisce l'elemento di integrazione funzionale e di coordinamento organizzativo***





Gerarchie e rapporti funzionali:

***la delimitazione dei campi della
responsabilità operativa.***



DECISION MAKING

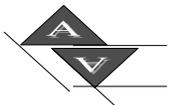
alternatives

uncertainty

high-risk
consequences

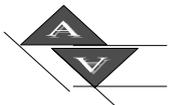
interpersonal
issues

complexity



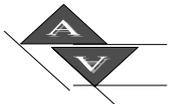
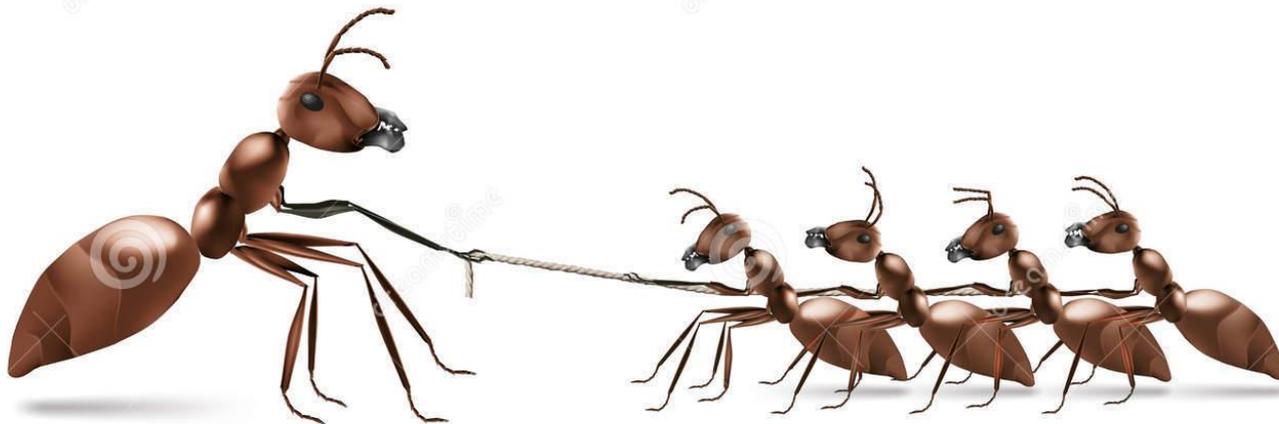
Gerarchie e rapporti funzionali

Ai Presidenti dei Club, cui è affidata la responsabilità e la operatività dei service, deve essere conservata la necessaria autonomia decisionale.



Gerarchie e rapporti funzionali

*L'organizzazione dipartimentale implica dei limiti ai margini di autonomia dei Club.
La creazione di sinergie operative è di fatto impossibile in una situazione in cui ogni attore può e vuole agire secondo una propria completa discrezionalità.*



La contraddizione fisiologica nell'organizzazione



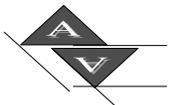
Obiettivo generale:

- Tenere in piedi il lampione

Obiettivo degli attori:

- Tirare a destra
- Tirare a sinistra

L'ottimizzazione dei sotto-obiettivi non porta alla ottimizzazione dell'obiettivo generale: occorre ricercare i possibili punti di equilibrio.



I Club mantengono la loro autonomia.

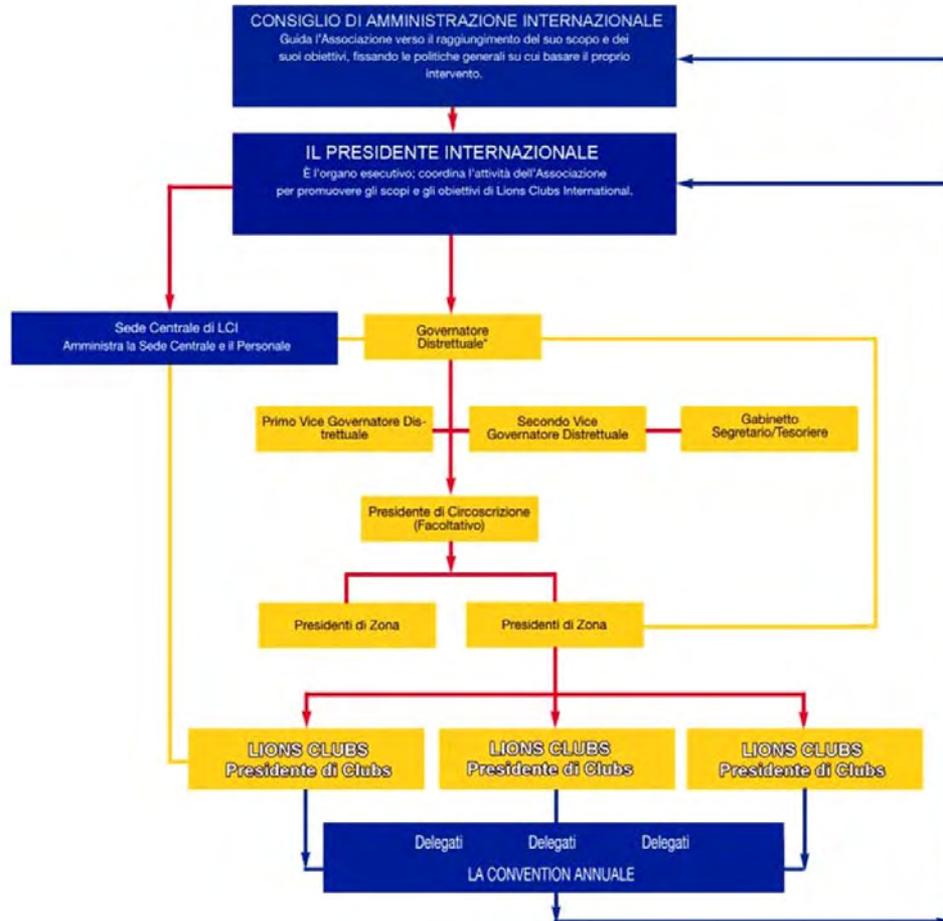
Accettare la sfida ed aderire in maniera consapevole e propositiva alla struttura dipartimentale.

- ***disponibilità alla collaborazione leale ed attiva***
- ***fare squadra***
- ***disponibilità al confronto***
- ***superamento dell'autoreferenzialità***
- ***orgoglio e la consapevolezza di appartenenza a LCI***





Struttura organizzativa del Lions Clubs International



→
Direzione
organizzativa

→
Norme per lo Sviluppo
e l'Implementazione

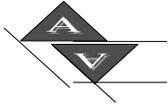
→
Assistenza
Amministrativa

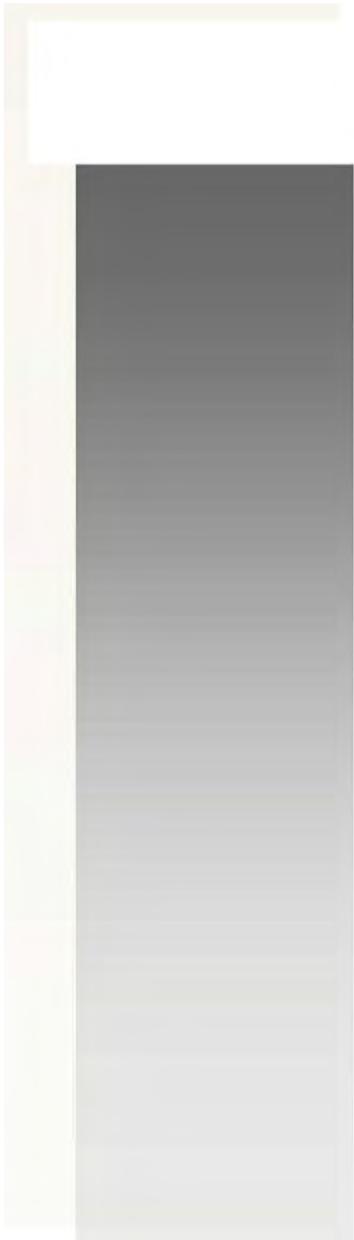


VISIONS Forward



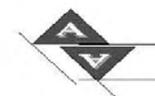
Territorio





Il dipartimento è un centro di responsabilità intermedia e nel contempo un crocevia nella rete organizzativa:

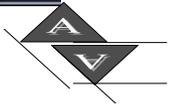
- ***in direzione verticale: dalla Direzione Strategica (Board of Directors/ DG team) alle microstrutture (Club) e viceversa***
- ***ed in quella orizzontale: coordinamento dei club (e interdipartimentale).***



UFFICIO STAMPA – SITO INTERNET



Distretto 108 Ib2 I.T.A.L.Y. 2017-2018



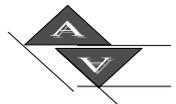


Distretto 108 Ib2 ITALY
2017 - 2018

COORDINAMENTO PROMOZIONE E
IMMAGINE



INSERIMENTO - COMUNICAZIONE AL DIPARTIMENTO DI AFFERENZA



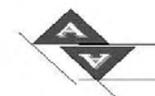
*Il dipartimento è una federazione di Club che **mantengono la loro autonomia**, indipendenza e responsabilità, così come quella di ciascuno dei soggetti che lo costituiscono e che, nel medesimo tempo, **riconoscono la loro interdipendenza** in funzione del raggiungimento di obiettivi comuni ed adottano **strategie di lavoro e piani di azione accettati e condivisi.***

(Elio Guzzanti)



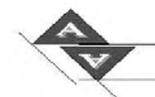
Il dipartimento si propone come una struttura di aiuto alle attività di servizio dei club:

- ***Migliorare il risultato***
- ***Migliorare l'impatto mediatico***
- ***Implementare e consolidare nel tempo i service***
- ***Esercitare un ruolo proattivo nella progettazione e nel marketing***



Il dipartimento si propone come una struttura di aiuto alle attività di servizio dei club:

- ***Incentivare, di concerto con i Responsabili distrettuali dei service afferenti al dipartimento, l'adesione di tutti i Club del Distretto ai grandi service di valenza internazionale, nazionale e distrettuali.***



Cambiamento come opportunità

**LA DIFFICOLTÀ NON STA NEL CREDERE
ALLE NUOVE IDEE, MA NEL FUGGIRE
DALLE VECCHIE.**

