



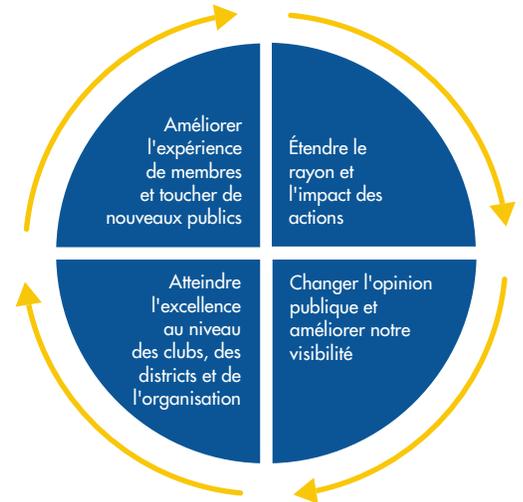
Célébration LCI Forward

Points forts

LCI Forward a défini une vision globale vers l'avenir pour le Lions Clubs International. Initié en 2015-2016, ce plan stratégique a donné des résultats fantastiques grâce à vous et aux Lions du monde entier. En voici les points forts.

Objectif principal : 200 millions de bénéficiaires par an d'ici 2021.

Lorsque le plan LCI Forward a été lancé en juillet 2015, 71 millions de personnes par an bénéficiaient de l'action des Lions. Nous nous sommes fixé un objectif audacieux : tripler les résultats de notre service dans le monde pour venir en aide à au moins 200 millions de personnes par an. Nous avons atteint cet objectif en 2019-2020 et fait plus de bien que jamais auparavant.



AXE PRIORITAIRE 1

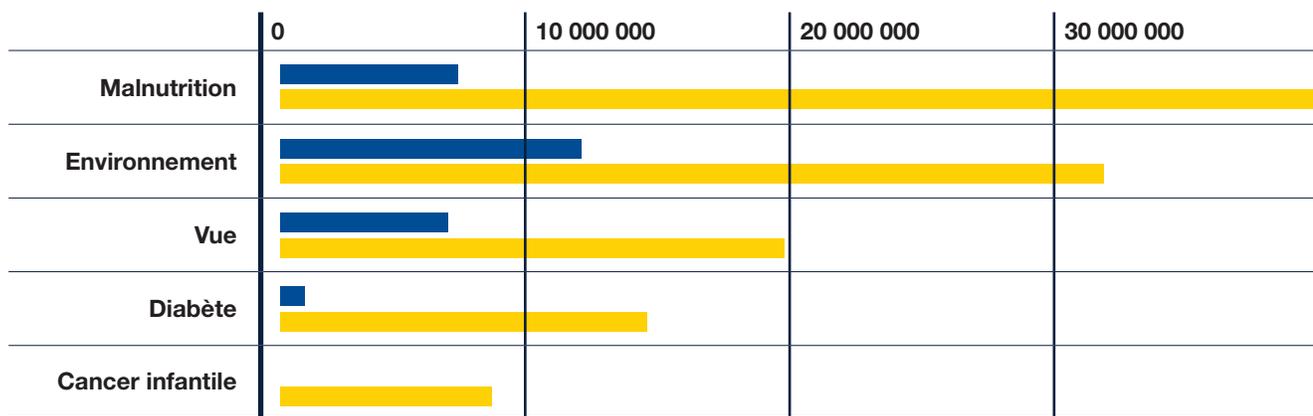
Optimiser les résultats et la direction du service

Nos causes mondiales

Nous avons effectué une évaluation de notre service à l'échelle mondiale, notamment par des enquêtes auprès des Lions et sur les problèmes humanitaires auxquels le monde est confronté. Alors que les clubs continuent de servir de la manière qui répond le mieux à leurs besoins locaux, les Lions se sont unis pour faire face à certains des plus grands défis d'aujourd'hui : le diabète, la malvoyance, la malnutrition, le cancer infantile, et la protection de l'environnement.

Pour aider les Lions à commencer leur service dans le cadre de ces nouvelles causes, nous avons créé les outils Parcours de service, dont vingt-et-un planificateurs de projets de service, une évaluation des besoins locaux et des guides de collecte et de partenariats.

Croissance du nombre de bénéficiaires



■ 2014-15

■ 2019-20*

*Projection basée sur les activités de service déclarées jusqu'en avril 2020



Lions Clubs International

Campagne de financement de la LCIF

Nous avons lancé la *Campagne 100 : la puissance du service de la LCIF*, dont l'objectif est de recueillir 300 millions USD, la plus ambitieuse campagne de collecte de l'histoire de la Fondation du Lions Clubs International. Grâce au soutien des Lions du monde entier, nous nous efforçons d'atteindre cet objectif afin de garantir que les Lions disposent des ressources nécessaires pour développer leur service et apporter de l'espoir là où on en a le plus besoin.

Rapports de service

Les rapports de service aident à mesurer les résultats de notre action à l'échelle mondiale. Ils attirent l'attention sur l'excellent travail des Lions et garantissent le soutien au service des clubs. Nous avons créé de nouveaux outils de reporting tels que MyLion pour donner aux clubs, districts et districts multiples un moyen centralisé de faire connaître leur service et d'en effectuer le suivi, pour plus de visibilité sur l'action des Lions à travers le monde.



**LCI Forward au service
de la LCIF :**

plus de

209 millions USD

ayant permis

3350 subventions

AXE PRIORITAIRE 2

Renforcer notre image de marque et notre visibilité

Image de marque et relations publiques

Lancée en 2017 pour mettre en avant l'action des clubs, la campagne *L'altruisme, ça compte* a reçu un accueil chaleureux des Lions du monde entier. Présente sur internet et sur panneaux publicitaires à travers le monde, cette campagne a engrangé 550 millions de vues/réactions. De nouvelles directives d'utilisation de la marque ont été développées pour la renforcer et mettre en évidence la diversité et le service des Lions clubs d'aujourd'hui. De nouveaux outils ont été développés pour mettre la puissance de la marque Lions au service des clubs.

Communications numériques

Nous avons lancé des éditions numériques du magazine LION, l'application MyLion et complètement repensé notre site lionsclubs.org. Nous continuons de perfectionner notre offre numérique afin d'offrir la meilleure expérience possible aux Lions.

Centre d'excellence en marketing

Nous avons lancé une plateforme de gestion de projet pour optimiser l'efficacité des opérations, ainsi qu'une autre, conçue pour gérer courrier électronique, campagnes et sondages, pour des communications mieux ciblées.

AXE PRIORITAIRE 3

Rechercher l'excellence au niveau des clubs, des districts et de l'organisation

Initiative Qualité du club

Nous avons développé l'initiative Qualité du club pour aider les Lions à continuellement progresser en ce qui concerne les opérations, l'effectif, le service et les relations publiques de leur club. Ce programme permet au club d'évaluer son efficacité, les opportunités à saisir, de trouver les ressources appropriées à ses objectifs et d'élaborer ses propres plans d'action. Le prix d'excellence du club et du district repose sur les quatre axes prioritaires de LCI Forward.



Prix et formes de reconnaissance

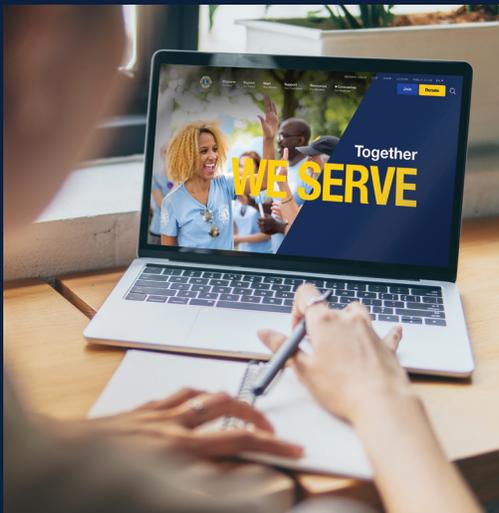
Notre Structure mondiale d'action (SMA) a recueilli des recommandations de Lions du monde entier dans le but d'optimiser la valeur des distinctions, leur distribution et la communication qui y est liée. Nous avons mis en œuvre une première série de recommandations et d'autres sont prévues pour 2020-2021.

Structure mondiale d'action

La Structure mondiale d'action a été lancée en 2017 pour que les Lions tirent le meilleur parti des ressources du Lions International. L'équipe de terrain de la SMA aide les responsables de club et de district à trouver les outils et ressources appropriés et suggère des stratégies de réussite.

Services aux membres

Nous avons créé un Centre de services aux membres (CSM) destiné à offrir encore plus de soutien grâce à un personnel spécialement formé et à de nouveaux outils pour gérer demandes et solutions plus rapidement. Notre objectif est de traiter chaque demande d'assistance dans les 48 heures. Nous continuerons à nous perfectionner et à proposer davantage d'options en libre-service aux Lions.



La division Opérations et soutien aux membres

combine les ressources de la SMA et du CSM pour optimiser les services aux membres du LCI :

- ▶ Partage d'informations, de ressources et d'idées
- ▶ Retours d'information qui aident les responsables à élaborer des stratégies
- ▶ Assistance et résolution de problèmes

AXE PRIORITAIRE 4

Optimiser la valeur de l'affiliation et toucher de nouveaux publics

Ambassadeurs du deuxième centenaire

Notre objectif était de fournir une occasion unique d'investir dans le deuxième siècle d'existence du Lions Clubs International. Près de 500 Lions ont ainsi contribué 2 millions USD au plan LCI Forward. Le nom de chacun de ces ambassadeurs est inscrit sur une plaque commémorative, à l'entrée du siège international.

Une formation pour chaque Lion

Tous les Lions et Leos peuvent désormais accéder au nouveau Centre de formation Lions, votre rendez-vous de formation en ligne. Nous avons également mis en place l'application Learn, qui comprend un outil de génération de rapports SMA, et poursuivrons cet effort avec la création de dossiers de formation Lion individuels et d'un tableau de bord.





Nouveaux modèles d'affiliation

Plus de 2000 clubs spécialisés ont été créés pour rassembler les Lions autour d'un intérêt commun. Pour les membres plus jeunes, nous avons élargi les avantages et la tranche d'âge du programme de transition Leo-Lion. Nous avons également créé le Lions Club Centenaire International, club virtuel mondial pour anciens membres, et développé un modèle sur lequel baser la création de clubs virtuels.

Expérience Nouveau membre

Les nouveaux Lions reçoivent désormais le nouveau kit Nouveau membre et une série de communications inspirantes et informatives.

83%

sont extrêmement satisfaits du kit

87%

disent que ces messages ont enrichi leur expérience Lion