



Associazione ONLUS – Cooperativa Sociale

Scuola di Formazione 9 Ottobre 2007
Casa Nazaret – SAN VITALIANO (NA)

Argomenti: Vision, Mission, Swot della Populum Progressio

Obiettivi: “ *Chi Siamo, Cosa Facciamo. Cosa percepiamo d’essere, Cosa pensiamo di fare*” .

Destinatari: Soci della Cooperativa, aderenti all’Associazione

Materiale/temi di preparazione:

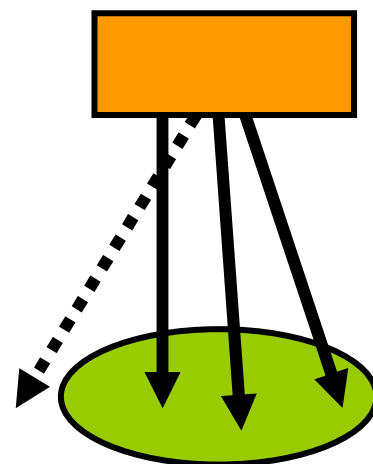
- PowerPoint del bilancio delle attività realizzate nell’anno (dalla riunione di Marzo 2007).
- Schede di presentazione su Vision, Mission e Swot analisi (fonti varie).

Contestualizzazione: Vision, Mission e Swot sono importanti strumenti di analisi di tutte quelle realtà in cui più persone agiscono per creare un sistema ben coordinato utile a raggiungere determinati obiettivi. Nei contesti non profit e, dunque per la Populum Progressio, scrivere in maniera condivisa Vision, Mission e Swot, significa creare un’occasione di crescita. Tali strumenti infatti, permettono ai singoli soci e all’intera O.N.P.(ORGANIZZAZIONE NON PROFIT), di *rimotivare le azioni e le scelte fatte, di chiarire la direzione verso cui muoversi e dunque, di coordinare meglio le attività delle persone* favorendo una maggiore consapevolezza di **ciò che si è e ciò che si fa in Populum Progressio**.

Ciò che siamo



Ciò che percepiamo di essere



Fonti utilizzate:

ASVI – Tecniche di progettazione strategica

Appunti di GESTIONE DELL’ORGANIZZAZIONE dal corso di M.Raffa

Siti web

LA VISION

Introduzione:

La vision definisce lo scenario, il futuro desiderato dall'organizzazione. La definizione della vision non deve essere intesa come una semplice dichiarazione di fantasia o una finalità generica. Essa racchiude la prospettiva per la quale un'organizzazione è stata creata.

La vision è *come un orizzonte: di per se non è raggiungibile ma è da noi sognato. E' proprio il sogno che ci spinge verso l'irraggiungibile orizzonte che può avere diverse sfumature a seconda della direzione dalla quale si guarda* (G.Malesci).

Esempi:

Vision Aziendale: *"Un computer per ogni scrivania"* MICROSOFT

Vision Ambientale: *"Un pasto caldo per ogni senzatetto"* CARITAS

Svolgimento lavori:

Ciascuno redige una "propria" vision della Populorum Progressio (15 minuti). Successivamente si effettua un confronto in coppia (15 minuti) e una presentazione al gruppo intero. Vengono discusse insieme le differenti "versioni" di vision e vengono messi in risalto gli elementi maggiormente condivisi. Si discute tenendo conto di quanto sancito dagli Statuti dell'Associazione e della Cooperativa (scopi sociali) e quanto scritto da Papa Paolo VI nell'Enciclica Populorum Progressio (vedi riunione Marzo 2007). Si raccolgono le indicazioni per redigere la vision generale.

OUTPUT:

La Vision della POPULORUM PROGRESSIO

***Intendiamo** adoperarci affinché ciascun uomo veda rispettato il "diritto al necessario" e cioè alla sussistenza, alla salute, al lavoro, all'istruzione, all'informazione.*

***Crediamo** in una partecipazione attiva alle responsabilità civili, in uno sviluppo ecosostenibile, in dinamiche commerciali eque.*

LA MISSION

Introduzione:

La mission definisce il ruolo specifico dell'organizzazione per la realizzazione della Vision.

Descrive lo scopo fondamentale di una organizzazione: ciò che intende realizzare.

Ogni organizzazione ha una missione e questa deve essere esplicitata per indicare gli sviluppi futuri e per definire le proprie aree di intervento. La mission deve esprimere il bisogno da risolvere, l'impegno dell'organizzazione per far fronte al bisogno identificato e le competenze specifiche che l'organizzazione impegna per tendere a quell'orizzonte.

La mission è il cammino, la strada, le tappe che la Populorum Progressio vuole intraprendere per andare verso quell'orizzonte definito dalla vision; bisogna pertanto definire le risorse da impegnare per il percorso, la direzione, le soste, i compagni di viaggio (G.Malesci).

Esempi:

Mission Aziendale: *"Creare il software più adatto, per ogni computer su ogni scrivania"* MICROSOFT

Mission Ambientale: *"Un pasto caldo per ogni senzatetto: gestendo il servizio cucina"* CARITAS

Svolgimento lavori:

Ciascuno redige una "propria" mission della Populorum Progressio (15 minuti). Successivamente si effettua un confronto in coppia (15 minuti) e una presentazione al gruppo intero. Vengono discusse insieme le differenti "versioni" di mission e vengono messi in risalto gli elementi maggiormente condivisi. Si verifica la validità e la "compatibilità" con la vision, ma anche con le risorse del sistema Populorum Progressio. Si discute tenendo conto dell'operato della Populorum Progressio. Si raccolgono le indicazioni per redigere la mission generale. Si sceglie lo slogan di Mission.

OUTPUT:

La Mission della POPULORUM PROGRESSIO

"Educarsi alla Mondialità per vivere la Località"

Vogliamo essere un attore di riqualificazione sociale attraverso la valorizzazione delle potenzialità di chi vive il territorio;

Vogliamo investire nelle risorse culturali del luogo che adolescenti, giovani, adulti ed anziani abitano, lavorando per uno sviluppo integrato ed integrale;

Vogliamo agire per la diffusione delle dinamiche del commercio equo e solidale, del turismo e della finanza etica, di una info/formazione positiva, educando al consumo critico ed al boicottaggio.

LA SWOT ANALISI

Introduzione:

L'analisi SWOT è una diffusissima tecnica strategica utilizzata per fotografare una organizzazione e l'ambiente esterno in cui essa opera. Questa metodologia analizza le Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats, cioè forze, debolezze, opportunità e minacce, riferite alla Populorum Progressio. Si realizza infatti in una vera e propria griglia di lettura dell'organizzazione e del suo ambiente esterno. A tale scopo si può predisporre una sorta di tabella che funga da guida.

Sull'asse verticale vengono riportati i fattori di analisi presi in considerazione, riguardanti sia l'organizzazione che l'ambiente nel quale opera. Sull'asse orizzontale, invece, i fattori vengono identificati come forze o debolezze e come opportunità e minacce, avendo l'accortezza di valutare le ragioni che li rendono tali e la loro intensità (ossia se tali fattori rappresentano una grande, media o piccola debolezza ecc.).

Esempi:

Analisi SWOT di una squadra di calcio
Analisi SWOT in "ambito affettivo"

Svolgimento lavori:

La presentazione dello strumento è stata effettuata in maniera interattiva, attraverso due esercitazioni collettive (squadra di calcio, ambito affettivo). Successivamente ai soci è stata consegnata la tabella con la matrice SWOT. Ciascuno in 30 minuti ha dovuto stilare la propria matrice, inserendo, in base alle proprie personali opinioni, punti di forza e debolezza e opportunità/minacce. Ognuno dunque ha potuto liberamente individuare "quali punti" avvertisse come più importanti e inoltre effettuare una "propria" valutazione se tali punti, una volta individuati, fossero di forza o di debolezza. Idem per le minacce/opportunità. Il senso è quello che la SWOT analisi è una tecnica che, contenendo un giudizio soggettivo, serve ancora una volta a stigmatizzare il fatto che in una stessa organizzazione a soggetti diversi corrispondono esigenze, emergenze e percezioni diverse. Successivamente è stato effettuato un focus group dove i partecipanti hanno condiviso a turno le proprie "swot".

OUTPUT:

Indicazioni e suggerimenti sulle SWOT:

Dal focus group sono state raccolte le diverse indicazioni, suddivise per i 4 quadranti della SWOT. Sono emerse "attenzioni" diverse (differenti punti di riflessione da socio a socio), e "giudizi" diversi (sulle valutazioni positive/negative sui singoli punti). Es. per qualcuno avere una base "volontaria" può essere un punto di forza (in relazione al fatto che permette di avere una partecipazione e presenza garantita in maniera rapida ed

economica); per altri la base “volontaria” può essere un punto di debolezza (in relazione al fatto che per qualcuno essere volontario può significare essere deresponsabilizzato).

Alcuni dei soci hanno poi raccolto le idee e formalizzato l’analisi:

The POPULORUM PROGRESSIO’s SWOT analysis

	Strengths	Weaknesses
Analisi interna	<ul style="list-style-type: none"> • Reale condivisione da parte dei soci, della vision e della mission; • Formazione manageriale della compagine; • Esperienza in programmazione e gestione fondi europei; • Presenza di volontari; • Consolidato networking sociale che ha i suoi “nodi chiave” nelle ONP, nelle scuole di ogni ordine e grado, nelle parrocchie operanti sul territorio; • Presenza autorevole negli organismi di rappresentanza e partecipazione di attori del Terzo Settore e portatori d’interessi giovanili, presso le Amministrazioni Locali; • Partnership con fornitori nazionali del commercio equo; 	<ul style="list-style-type: none"> • Assenza di Piani di FR; • Informazione, promozione e valorizzazione di quanto si fa, poco strutturata; • Peso preponderante dei leaders; • Assenza di Piani di Marketing; • Piani di Formazione e sensibilizzazione non valutati “ex post” • Volontariato = deresponsabilizzazione
	Opportunities	Threats
Analisi esterna	<ul style="list-style-type: none"> • Accessibilità a fondi pubblici; • Crescita dei volumi di affari e delle risorse umane coinvolte dal Commercio Equo italiano; • Servizio Civile poiché consentirebbe impiego di volontari formati e sensibili; • Nascenti politiche di Sviluppo Locale; • Piani Pastoralis sensibili alla alla vision ed alla mission; • Piani di Offerta Formativa sensibili alla alla vision ed alla mission; 	<ul style="list-style-type: none"> • Nascita di Cooperative concorrenti; • Condizionamenti malavitosi; • Invasività delle Istituzioni locali; • Lentezze della burocrazia della P.A.; • Difficoltà di accesso al credito bancario;