



1. PRESENTAZIONE, STORIA, DATI DI CRESCITA , IDEE E PRINCIPALI ATTIVITA'

L'azienda nasce nel 2003 da un'iniziativa di imprenditoria femminile, coinvolgendo responsabili qualificati e maestranze polivalenti.

Attualmente svolge attività sui principali cantieri navali italiani, quali Monfalcone, Marghera, Genova Sestri-Ponente ed Ancona; e collabora con Fincantieri SpA per attività di garanzia a Venezia, sul territorio Europeo ed Americano.

La nostra azienda, nel corso degli anni ha maturato un'esperienza non indifferente nel settore dell'assemblaggio, collaborando fattivamente con diverse aziende operanti nei più disparati campi di produzione.

Ognuna di queste aziende è un' affermato leader nel proprio settore. La nostra collaborazione con aziende rinomate e certificate con procedimenti di produzione controllati e verificati in tutte le lavorazioni ci ha permesso di raggiungere uno standard di lavorazione ed un' esperienza che rende la nostra azienda affidabile e competitiva nella realizzazione delle lavorazioni che ci vengono affidate, consentendoci di soddisfare i nostri Clienti, sia per la qualità delle lavorazioni che per il rispetto dei tempi di consegna concordati con il cliente stesso.

Il CCNL di riferimento Metalmeccanica Industria

La Mission aziendale

L'azienda ha comunicato alle parti interessate la propria Politica e Mission mediante il proprio sito aziendale;

2. SCHEMA E MAPPA DEGLI STAKEHOLDER

Uno degli elementi che caratterizza con forza Sultan è la sua natura multistakeholder. Tale caratteristica fa sì che l'attività dell'organizzazione sia influenzata o influenzi una pluralità di interlocutori, ciascuno con bisogni, aspettative, diritti e interessi diversi. Per tenere conto delle diverse istanze che, con una diversa intensità, sono in grado di influenzare il perseguimento della missione, l'organizzazione ,deve essere in grado di individuare e mappare i diversi interlocutori con i quali interagisce, evidenziando, la natura della relazione che intrattiene con ciascuno e ricavandone, di conseguenza, le attese informative che influenzano direttamente il contesto aziendale.

Possiamo distinguere tra:

1. **STKH interni** - sono quelli coinvolti direttamente o capaci di influenzare i processi decisionali e in ogni caso il processo di produzione.
2. **STKH esterni** - sono le categorie dei portatori d'interesse considerati esterni alla società e comprendono coloro che non sono direttamente coinvolti nei processi produttivi, ma in grado di condizionarli.

Schema

Nella schematizzazione che segue vengono rappresentate le diverse categorie di stakeholder della società con l'indicazione della tipologia (persone fisiche, PA, privato profit/no profit, cooperazione, interesse diffuso) e le relazioni che connettono la società stessa nella sua dimensione multistakeholder del suo agire.

STAKEHOLDER INTERNI	TIPOLOGIA	RELAZIONE
Personale interno	Persone fisiche	Lavorativa, informativa
Soci	Persone fisiche	Societaria, orientata allo sviluppo, decisionale

STAKEHOLDER ESTERNI	TIPOLOGIA	RELAZIONE
Clienti	Privato Profit	Contributiva, informativa
Fornitori e partner	Privato Profit	Contributiva, informativa
Pubblica amministrazione	Pubblico Profit	Contributiva, informativa
Sistema Finanziario	Privato Profit	Contributiva
Organizzazioni sindacali	Privato no Profit	Sindacale / informativa
Agenzie Formative/formatori	Privato Profit	Informativa/ contrattuale
Consulenti	Privato Profit	Informativa/ contrattuale
Associazioni di categoria	Privato/pubblico Profit	Informativa/partnership
Organi di controllo	Pubblico no profit	informativa

3. IDENTIFICAZIONE delle parti più significative del contesto ESTERNO

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

La Pubblica Amministrazione (P.A.) costituisce per la società contestualmente (e con diverse misure/intensità e relazioni) un:

1. partner (per gli inserimenti lavorativi personalizzati e le iniziative/progetti locali);
2. fornitore di servizi/prestazioni istituzionali e non;
3. sostenitore in termini economici (contributi);
4. centro di prelievo in termini economici (fiscalità).

CLIENTI E COMMITTENTI

I clienti e committenti rappresentano il principale STKH esterno della Sultan.

La società si relaziona con clienti e committenti di natura privata con cui deve attivare strategie, approcci e linguaggi diversi tenendo sempre come riferimento anche la propria mission.

Ecco quindi che il portafoglio spazia da clienti a rivenditori con i quali si cerca di attivare canali e stili di comunicazione specifici per veicolare il messaggio che la proposta della Sultan è:

- sì imprenditoriale;
- sì basata su un'imprescindibile requisito di reciproca soddisfazione in termini di qualità del prodotto che di economicità dell'offerta;
- ma contestualmente connotata e caratterizzata da un valore aggiunto di sviluppo e innovazione.

Si sottolinea comunque che la dimensione della società e l'informatizzazione dei clienti/committenti consentono un contatto frequente con gli stessi che permette di affrontare con adeguata tempestività ogni situazione di possibile criticità.

I clienti sono prevalentemente focalizzati sul rispetto dei tempi di consegna, sui costi oltre che sulla qualità come elemento imprescindibile. Significativa attenzione viene inoltre posta sul rispetto dei requisiti normativi relativamente alla sicurezza e sulla tracciabilità.

Le richieste dei clienti sono accompagnate e sviluppate secondo le procedure interne. Il personale dedicato, con una chiara divisione dei compiti, gestisce tutte le domande provenienti da loro. La divisione commerciale è strutturata sul cliente principale Fincantieri ed è svolta dallo stesso responsabile tecnico che successivamente si occupa dello sviluppo progetto e gestione produzione (affidata a società esterne) ; Il cliente è accompagnato anche durante la post vendita. Le richieste tecniche da parte del cliente sono sempre prese in considerazione e la loro fattibilità è discussa e valutata dal tecnico dell'azienda. Questo aspetto è importantissimo perché fa parte dello sviluppo tecnologico e del punto di forza del business di SULTAN

FORNITORI

Il fornitore è un partner essenziale per una migliore prestazione del servizio o qualità del prodotto offerto.

Le dimensioni della società , i cantieri e la localizzazione dei fornitori consentono un continuo contatto con gli stessi che permette di affrontare con adeguata tempestività ogni situazione di possibile criticità nelle politiche di approvvigionamento della cooperativa.

Gli ordini di acquisto sono inoltrati con procedura formalizzata e i fornitori vengono qualificati e inclusi in uno specifico elenco (fornitori).

I Fornitori di Sultan pongono attenzione alla conformità legislativa, ai termini di consegna, al prezzo, alla flessibilità , efficienza e all'esclusività del prodotto e servizio offerto in termini di innovazione e/o unicità.

L'Obiettivo è il consolidamento dei rapporti permette un migliore, sicuro ed efficace modo operare.

LA CONCORRENZA

Necessaria per misurare la presenza sul mercato in termini di prodotto, prezzo e servizio; la concorrenza è un elemento essenziale per stimolare crescita e miglioramento

ASSOCIAZIONI DATORIALI DI RAPPRESENTANZA

lo sviluppo dei propri prodotti e servizi in un mercato di nicchia impone una continua collaborazione e partecipazione con le associazioni presenti sul territorio per uno sviluppo condiviso

La Sultan aderisce a Confindustria Venezia-Giulia

SISTEMA FINANZIARIO (FINANZIATORI)

Un'immagine di azienda solida economicamente e innovativa attrae gli investitori per la pianificazione degli investimenti futuri ;

AGENZIE FORMATIVE/FORMATORI

La Società si avvale di consulenti, professionisti, società/enti per programmare e attuare percorsi di addestramento e formazione.

ORGANIZZAZIONI SINDACALI

I rapporti si sviluppano in un confronto continuo, dinamico e anche collaborativo.

COMUNICAZIONE (mass media)

Sultan nell'ambito della comunicazione alle parti interessate esterne:

- ha predisposto un proprio sito web www.Sultan.it per presentare la realtà aziendale e scambiare informazioni con i terzi e gli STKH in generale;
- è presente con la scheda aziendale/descrittiva su www.Sultan.it su altri siti web (istituzionali e non, aziendali);
- attua una comunicazione (in forma cartacea, mailing list, altro) verso terzi per fini commerciali e promozionali nei confronti di alcuni target di riferimento (imprese, privati, altro);

PRINCIPALI CLIENTI E COLLABORAZIONI:

Il business dell'azienda si svolge prevalentemente in Italia sui clienti Fincantieri spa e F.Ili Budai srl che coprono la maggior parte del fatturato totale, mentre la rimanente percentuale riguarda altri clienti quali: Carnival Cruise Lines, Tyco Fire and Security spa, Princess Cruise Lines, Cartubi srl, Wilhelmsen Ship Management. L'azienda si colloca in posizione adeguata rispetto al cantiere principale di lavoro che si trova a Monfalcone;

4. IDENTIFICAZIONE delle parti più significative del contesto INTERNO**PERSONALE INTERNO**

Tutto il personale è coinvolto nell'adempimento del sistema di gestione e al suo mantenimento. Le procedure di lavoro e il passaggio delle informazioni sono di basilare importanza e sotto continuo monitoraggio. La comunicazione, all'interno della struttura e dall'interno verso l'esterno, è fluida ed è gestita in modo consapevole da parte di ciascun membro. Il personale è fidelizzato e, nella maggior parte dei casi, i dipendenti hanno mantenuto le proprie mansioni assegnateli all'inizio dell'impiego. Questo porta i dipendenti all'acquisizione della professionalità per il proprio ruolo che diventa una fonte di sicurezza per i processi. Ricerca del personale più adatto per i determinati ruoli, la loro formazione a lungo termine, nonché il soddisfacimento del personale all'interno del gruppo sono i motivi/conferma del basso turnover dei dipendenti.

PROPRIETA' E SOCI

L'interesse è la continuità del lavoro e il mantenimento dell'ambiente lavorativo sereno. La Direzione durante le decisioni importanti coinvolge le figure chiave aziendali e pone particolare attenzione alle risultanze ottenute durante gli incontri. Il focus principale è posto verso i clienti e le loro esigenze che devono essere pienamente soddisfatte; l'azienda pone particolare attenzione e pertanto investe risorse in merito all'innovazione e l'avanzamento tecnologico. Gli aspetti legislativi e normativi vengono regolarmente rispettati ed aggiornati. Le certificazioni ISO 9001 e la scelta di dotarsi di un Odv restano uno strumento di forte visibilità e affidabilità sul mercato.

5. FATTORI INTERNI ED ESTERNI RILEVANTI

Con riferimento al conseguimento degli obiettivi della Sultan prefissati e valutando la situazione inerente il contesto nazionale e internazionale e macro (socio-economico e politico) si possono evidenziare alcuni **fattori rilevanti** per il conseguimento degli obiettivi, distinguendoli tra **INTERNI** (sotto il controllo, o meno, della società), **ESTERNI** (quelli che per varie motivazioni oggettive/soggettive non sono o non possono essere sotto il controllo della società).

L'individuazione dei fattori rilevanti e la loro distinzione tra INTERNI ed ESTERNI è stata condotta mediante l'utilizzo dello strumento analisi SWOT usata per valutare i **punti di forza** (strengths), **debolezza** (weaknesses), **le opportunità** (opportunities) e **le minacce** (threats).

I **rischi** derivanti dall'analisi del contesto e correlati agli obblighi di conformità, e ad altri fattori, comprese le esigenze e aspettative delle parti interessate, sono stati affrontati mediante lo strumento dell'Analisi di Swot allegato al Riesame

Le opportunità di miglioramento individuate dall'analisi del contesto che Sultan decide di implementare sono invece discusse in sede di Riesame e pianificate, gestite secondo quanto indicato nel **Piano di miglioramento che la Direzione produce a seguito del riesame periodico**.

- punti di forza > le attribuzioni dell'organizzazione (società) che sono utili a raggiungere l'obiettivo;
- punti di debolezza > le attribuzioni dell'organizzazione (società) che sono dannose per raggiungere l'obiettivo.
- opportunità > le condizioni esterne che sono utili a raggiungere l'obiettivo.
- rischi > le condizioni esterne che potrebbero recare danni alla performance socioeconomica.